# Consilierea la distanță

III 278.365

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BIBL. CENTR. UNIV.
M. EMINESCU" IAŞI
III. 278.365

BCU IAŞI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

372.078

# Consilierea la distanță

## Manual

ALE

370384
B.C.U. IASI

București 2004

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

La realizarea ediției în limba română a acestui **Manual de Consiliere la distanță** au lucrat:

**Dr. Mihai JIGĂU** (Institutul de Ştiințe ale Educației - Departamentul Orientare Şcolară şi Profesională)

**Mihaela CHIRU** (Institutul de Ştiințe ale Educației - Departamentul Orientare Şcolară şi Profesională)

**Lucian BRANEA** (Traducere)

BCU IAȘI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Coordonator:**

*Germania*, Bundesanstalt für Arbeit, Nürnberg

**Parteneri şi autori:**

*Germania*:

Wilfried MUSWIECK, Bundesanstalt für Arbeit, *Manager de proiect*

Prof. Dr. Bernd-Joachim ERTELT, Bundesanstalt für Arbeit, *Manager ştiinţific*

Karen SCHOBER-BRINKMANN, Bundesanstalt für Arbeit

Thoralf MARKS, Login, Telefonservice

Roland HÜTTNER, Login, Telefonservice

Angela SELL, Login, Telefonservice

*Austria*:

Eva BALOCH-KALOIANOV, CNROP

Eduard STAUDECKER, CNROP

Dr. Gabriele SCHMID, CNROP

Dr. Klaus MATHIS, BIFO

Claudia HAMMERER, BIFO

*Cehia*:

Veronika FANTOVA, CNROP

Ludmilla MARKOVA, Ministerul Muncii şi Afacerilor Sociale

Sylva STEPITOVA, Ministerul Muncii şi Afacerilor Sociale

Eva JUZVAKOVA, Ministerul Muncii şi Afacerilor Sociale

Gabriela JURACKOVA, Ministerul Muncii şi Afacerilor Sociale

*Liechtenstein*:

Dr. Karl JEHLE, Berufsberatungsstelle

BCU IASI CENTRALA UNIVERSITY LIBRARY

*Ungaria*:

Eva MEZO, Oficiul Locurilor de Muncă

Maria KUKLA, Oficiul Locurilor de Muncă

Beata OLAH, Oficiul Locurilor de Muncă

Dr. András ZAKÁR, Universitatea din Szeged

*Polonia*:

Paulina BOGDANSKA, Ministerul Economiei, Muncii şi Afacerilor Sociale

Grazyna MORYS-GIEORGICA, Ministerul Economiei şi Afacerilor Sociale

Anna WOYNAROWSKA, Ministerul Economiei, Muncii şi Afacerilor Sociale

*România*:

Dr. Mihai JIGĂU, CNROP, Institutul de Ştiinţe ale Educaţiei

Mihaela CHIRU, CNROP, Institutul de Ştiinţe ale Educaţiei

Speranţa CÎRLEA, CNROP, Institutul de Ştiinţe ale Educaţiei

*Slovacia*:

Mgr. Anna BUCIC, CNROP

Dr. Stefan GRAJCAR, Agenţia Naţională a Muncii

Dr. Drahomira VANOUSOVA, Agenţia Naţională a Muncii

Dr. Ivan VALKOVIC, Centrul de Consiliere Psihologică

Dr. Jolana KUSA, Centrul de Consiliere Psihologică

Dr. Zuzana MARDIAKOVA, Centrul de Consiliere Psihologică

Peter SÓLY, student, Facultatea de Arte, Universitatea Comenius, Bratislava

**Colaboratori şi autori:**

*Elveţia*:

Dr. Charlotte METZLER-BURREN, Universitatea din Zürich

BCU IAŞI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

# Consilierea la distanță

## Cuprins

**1. INTRODUCERE ..... 5**

1.1. EXPLICAREA ABORDĂRII PROIECTULUI ..... 6

1.2. NIVELUL DE COMPETENȚĂ ÎN PERIOADA PRE-FORMARE ..... 8

1.3. BAZA TEORETICĂ ..... 9

1.4. UTILIZAREA ȘI ORGANIZAREA MANUALULUI DE FORMARE ..... 10

**2. CONCEPTUL DE FORMARE ..... 13**

2.1. CADRUL GENERAL ÎN CONSILIEREA LA DISTANȚĂ ..... 13

*2.1.1. Conceptul de consiliere prin telefon în consilierea la distanță ..... 13*

*2.1.2 Aspecte ale consilierii prin telefon; cerințe preliminare ..... 19*

*2.1.3. Standarde minime pentru organizarea tehnică ..... 35*

*2.1.4. Managementul informațiilor și sugestii de marketing în consiliere ... 40*

2.2. PROCESUL DE CONSILIERE ..... 60

*2.2.1. Structuri conversaționale ..... 60*

*2.2.2. Reguli în situații specifice ..... 66*

*2.2.3. Exerciții ..... 70*

BCU IAȘI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

2.3. Acorduri de principiu în consilierea prin telefon ..... 75
*2.3.1. Convenții de comunicare ..... 75*
*2.3.2. Avantaje și limite ale consilierii prin telefon ..... 77*
*2.3.3. Chestiuni de principiu ..... 78*
*2.3.4. Rețele ale ofertanților de servicii de consiliere prin telefon ..... 80*
*2.3.5. Modalități de intervenție în situații de criză ..... 80*
*2.3.6. Rolul experiențelor personale în actul de consiliere ..... 81*
2.4. Managementul calității ..... 83
*2.4.1. Managementul calității în orientarea carierei ..... 83*
*2.4.2. Managementul calității în consilierea la distanță ..... 93*
*2.4.3. Utilizarea instrumentelor de managementul calității în consiliere ..... 96*
*2.4.4. Instrumente pentru managementul calității ..... 102*

**3. STUDII DE CAZ ..... 153**
3.1. Liechtenstein ..... 153
3.2. România ..... 160
3.3. Austria ..... 172
3.4. Cehia ..... 181
3.5. Polonia ..... 185

**4. BUNE PRACTICI ÎN CONSILIEREA PRIN TELEFON ..... 193**

**5. DOMENII SPECIALE ..... 213**
5.1. Aspecte multiculturale ..... 213
5.2. Comunicarea interculturală și identitatea culturală ..... 227
5.3. Etică și deontologie în consilierea la distanță prin telefon ..... 233
5.4. Codul etic al consilierii la distanță prin telefon ..... 236
*Clientul ..... 236*
*Consilierul ..... 238*

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

*Procesul comunicării* ..... 241
*Managementul informațiilor* ..... 242
*Instituțiile ofertante de consiliere la distanță prin telefon* ..... 242
*Aspecte tehnice ale consiliere la distanță prin telefon* ..... 243
5.5. AIOSP - ASPECTE ETICE ..... 245
5.6. STANDARDE ETICE ALE AIOSP ..... 246
*Responsabilități etice față de clienți* ..... 246
*Atitudinea față de colegi și asociațiile profesionale* ..... 247
*Atitudini față de structurile guvernamentale și alte agenții comunitare* .... 248
*Responsabilități cu privire la cercetare și alte procese conexe* ..... 248
*Responsabilitățile practicianului* ..... 249

**6. REFERINȚE TEORETICE ȘI METODOLOGICE ..... 251**
6.1. DEZVOLTAREA CADRULUI METODOLOGIC AL CONSILIERII LA DISTANȚĂ ..... 251
*6.1.1. Introducere* ..... 252
*6.1.2. Teoriile* ..... 253
6.1.2.1. Consilierea prin telefon ..... 254
6.1.2.2. Comunicarea ..... 258
6.1.2.3. Modele de consiliere ..... 260
6.1.2.4. Modele ale alegerii ocupaționale ..... 270
6.1.2.5. Modele de luarea deciziilor ..... 278
6.1.2.6. Rezumat al teoriilor ..... 283
*6.1.3. Discuție* ..... 284
6.1.3.1. Discutarea abordărilor și selecția unui model ..... 284
6.1.3.2. Definirea variabilelor ..... 290
6.2. FORMAREA ÎN CONSILIEREA LA DISTANȚĂ PENTRU ORIENTAREA CARIEREI ... 300
*6.2.1. Secțiunea generală* ..... 300
*6.2.2. Secțiunea profesională* ..... 303

BCU IAȘI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

*6.2.3. Secțiunea de formare* ..... *314*
MODUL I ..... 315
MODUL II ..... 322
MODUL III ..... 329
MODUL IV ..... 343
MODUL V ..... 352
MODUL VI ..... 358
MODUL VII ..... 363
MODUL VIII ..... 366
MODUL IX ..... 372
6.3. UTILIZAREA PSIHOLOGIEI POZITIVE ÎN CONSILIEREA *ON LINE* A COPIILOR ..... 378
6.4. ABILITĂȚI DE COMUNICARE ..... 384
*6.4.1. Comunicarea – aspecte generale* ..... *384*
*6.4.2. Abilități de bază* ..... *387*
*6.4.3. Îndrumarea conversației* ..... *396*
*6.4.4. Motivarea clientului* ..... *399*
*6.4.5. Utilizarea vocii* ..... *401*

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

# 1. INTRODUCERE

**Wilfried MUSWIECK**
**Bernd-Joachim ERTELT**
*Germania*

**Hei, tu ..., mai eşti acolo?**

Este povestea unui om singuratic.
Într-o noapte, a sunat la linia telefonică de urgenţă -
De fapt nici nu-i păsa dacă trăieşte sau nu, se simţea golit de sine
Dar vocea de la capătul celălalt al telefonului era liniştitoare.

L-a întrebat despre una, alta şi atunci a început să-i vorbească
Şi şi-a spus în sinea lui:
În sfârşit, mai există cineva care să asculte -
Hei, tu, mai eşti acolo?
Hmm, tu... încă mai eşti acolo?

Din când în când ea îi vorbea cu o voce liniştitoare
Şi încet, dar sigur a fost fascinat -
Aceasta era salvarea, dacă mai era vreo posibilitate de salvare
S-a îndrăgostit de vocea de la capătul celălalt al firului.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

I-a luat flori - chiar i-a scris o poezie

Trebuia să vadă chipul din spatele vocii, dar oamenii de acolo nu înțelegeau

"Ne pare rău, dar e o doamnă pe care nu poți s-o săruți,

Fiindcă doamna ta este vocea generată de computerul nostru ..."

**Aceasta este noua noastră realitate? Lucrurile au ajuns atât de departe?**

Nu, în nici un caz! Altfel, în acest proiect, partenerii din opt țări nu s-ar fi întâlnit să perfecționeze metodologia consilierii profesionale la distanță.

Vocea umană are puteri nebănuite şi, de aceea, foarte important nu este numai ce anume, ci şi cum spuneți, precum şi dacă sunteți capabil să vă descurcați într-un mod profesional în timpul apelului telefonic / comunicării la distanță / consilierii clientului, astfel încât acesta să afle ce anume dorea să afle şi să rămână, în ceea ce vă privește, cu o imagine pozitivă.

Acest proiect a fost susținut prin activitatea de cercetare depusă în timpul perioadei de formare post-universitară în psihologia carierei, la Universitatea din Zurich (NABB) de către doamna Charlotte Metzler-Burren. Lucrarea a oferit baza pentru selecția abordării teoretice în domeniul alegerii profesionale şi consilierii carierei. Îi suntem recunoscători pentru acest demers.

Sub forma unui curs de formare "Consilierea la distanță", conceput de Dr. Katharina Trlicová, Bratislava, partenerii slovaci au avut o contribuție valoroasă. Cursul însumează aspecte metodologice de bază şi un transfer extensiv în activitatea practică, fapt care îl face potrivit pentru integrarea în conceptul general cu privire la o calificare suplimentară.

În lumina unei bune cooperări pe perioada mai multor ani cu CNROP Italia (ASTER Bologna) s-a convenit utilizarea manualului în Italia, asigurând, astfel, o paletă mai largă de moduri de utilizare a rezultatelor proiectului.

Proiectul are ca scop îmbunătățirea calității consilierii profesionale şi completarea oportunităților de formare continuă existente în prezent pentru consilierii carierei.

## 1.1. Explicarea abordării proiectului

Până acum formarea consilierilor se referea numai la modul tradițional de **consiliere directă**. O astfel de abordare tradițională şi calificările corespunzătoare, metodologia şi metodele utilizate de consilierii carierei nu includeau o reacție la cererea crescută de consiliere profesională la distanță.



BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Două cercetări specifice cu privire la serviciile aşteptate de către consumatorii interesaţi în mobilitate profesională şi educaţională din Germania au arătat că există o cerere semnificativă de consiliere prin telefon şi *e-mail* şi alte forme de consiliere la distanţă. Rezultatele ar fi putut să se refere la sistemul de centre specializate din Germania, însă aceste concluzii se pot aplica, deopotrivă, tuturor ţărilor partenere în proiect dintre care multe nu deţin o reţea solidă de centre de consiliere.

Aproximativ 230 de consilieri ai carierei din ţările partenere în proiect au fost chestionaţi cu privire la practica efectivă în domeniul consilierii la distanţă efectuată atât în contacte iniţiale, cât şi în contacte ulterioare. De exemplu, numărul mediu de sesiuni de consiliere la distanţă (prin telefon, fax, *e-mail* sau scrisori) este de aproximativ 23 sesiuni iniţiale, şi 10 sesiuni ulterioare pe săptămână.

Cu toate acestea, datele menţionate mai sus trebuie să fi fost privite în termeni relativi referitor la intensitatea consilierii la distanţă, deoarece o sesiune de consiliere prin telefon - care este de departe cea mai solicitată formă de consiliere la distanţă - durează în medie 9,6 minute (până la 5 minute: 29%; până la 10 minute: 47%; până la 15 minute: 18%; peste 15 minute: 6%). Sesiunile de consiliere directă au, de regulă, o durată mult mai mare (35 - 60 de minute).

O scurtă privire asupra solicitărilor care vizează consilierea la distanţă arată că o multitudine de subiecte trebuie acoperite de către consilieri inclusiv în acest domeniu. Deşi un procent de 23% informaţii pentru a furniza o viziune generală" reprezintă un nivel relativ ridicat, procentajele altor tipuri de solicitări arată că toate formele de consiliere sunt bine reprezentate.

- Conturarea a primelor idei (14,6%),
- Consiliere pentru plasament pe piaţa muncii (14,3%),
- Consolidarea deciziilor luate deja (13,1%),
- Cântărirea / evaluarea alternativelor (12,9%),
- Întrebări cu privire la educaţia şi munca în alte ţări (11,7%), şi
- Implementarea deciziilor luate anterior (10,7%).

Se pot distinge două domenii majore pentru cerinţele specifice care vizează consilierea la distanţă în raport cu consilierea directă. Primul domeniu (reprezentând aproximativ 53%) vizează solicitări de bază cu privire la metodologie şi proceduri de conversaţie (inclusiv competenţe lingvistice); al doilea domeniu (reprezentând aproximativ 44%) se referă la cunoştinţele cu privire la ocupaţii, educaţie şi piaţa muncii. Notă: procentajul rămas reprezintă alte domenii.

Pentru aceste cerinţe specifice care vizează consilierea la distanţă, mai mult de jumătate dintre consilierii chestionaţi (55%) **nu** au simţit că au calificarea necesară şi **doar** 8% au simţit că au **parţial** calificarea solicitată.

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Comentariile personale ale consilierilor şi rapoartele cu privire la consilierea la distanţă relevă potenţialul acestei forme de consiliere. Astfel, se poate economisi timp, întrebările clienţilor pe probleme specifice pot fi abordate cu rapiditate, poate conduce la o consiliere extensivă şi poate reduce temerea de a contacta serviciul de consiliere. Pe de altă parte, procesul de consiliere este întrerupt în mod frecvent, rezultă presiuni mai mari în termeni de timp, din cauza unui flux sporit de clienţi care au acces la consiliere. În plus, deseori lipsesc condiţiile tehnice de calitate. Cu toate acestea, consilierii chestionaţi şi-au evaluat capacităţile de consiliere prin telefon mai degrabă pozitiv, deoarece 86% declară că "de cele mai multe ori" soluţionează solicitările solicitantului, iar 5% declară că le soluţionează "întotdeauna".

De aceea, pare surprinzător că aproximativ trei sferturi dintre consilieri sunt interesaţi de cursul de formare dezvoltat prin proiectul pilot Leonardo da Vinci „Consilierea la distanţă". Din punctul acestora de vedere, acest curs de formare ar trebui să se concentreze asupra metodologiei de consiliere incluzând abilităţile verbale de consiliere (aproape 60% dintre opinii). Apoi au existat chestiuni referitoare la conţinut în procent de 38%: cunoştinţe cu privire la subiecte transnaţionale şi europene (14,4%), formarea şi piaţa muncii (8,1%), cunoştinţe cu privire la ocupaţii (79%) şi informaţii referitoare la educaţie, formare, universităţi (7,6%). Notă: procentajul rămas reprezintă alte domenii.

Se poate astfel presupune că pentru cei chestionaţi este importantă formarea personală în paralel cu gradul de dezvoltare pe care îl preconizează domeniului de consiliere profesională la distanţă. 90% dintre cei chestionaţi se aşteaptă ca gradul de importanţă al acestei forme de consiliere să crească (gradul de importanţă va rămâne acelaşi: 9%, gradul de importanţă va scădea: 1%).

## 1.2. Nivelul de competenţă în perioada pre-formare

Nivelul iniţial de competenţă a fost conturat după cum urmează:

Un minimum de 2 ani de experienţă în această activitate şi cunoştinţe de bază în domeniul comunicării în consiliere. Cursul nu va relua elementele de formare pentru consilieri în domeniul consilierii profesionale, ci se va concentra asupra furnizării calificărilor suplimentare / specializărilor în metodologia consilierii la distanţă. Nivelul de competenţă la sfârşitul cursului de formare trebuie definit individual pe baza profilului de competenţă a consilierilor şi se va concentra asupra domeniilor lor specifice de activitate. Aproximativ o treime dintre răspunsuri menţionează „orientarea profesională pentru tineri". Această categorie este urmată de „consilierea educaţională" (28,3%), „orientarea carierei adulţilor" (20%), activităţi de consiliere în învăţământul superior, în resurse umane sau în psihologie (23,7%) şi - surprinzător, un procent redus - evaluarea activităţilor în reţeaua CNROP Euroguidance (5,5%).



BCU CLUJ CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Cei mai mulţi dintre cei chestionaţi lucrează în câteva dintre aceste domenii (în 2,5 domenii în medie) şi mulţi dintre aceştia au ani de experienţă în această activitate. Cu toate acestea, aproape un sfert dintre cei chestionaţi nu au activat în domeniu mai mult de un an. O altă pătrime (25,1%) declară că au 2 - 5 ani de experienţă în consiliere, o cincime (21,2 %) 6 - 10 ani de experienţă, 18% au 11 - 20 ani de experienţă şi aproape unul din zece consilieri (10,8%) 21 - 30 de ani de experienţă (!). Aceşti consilieri au o pregătire de bază cu precădere în ştiinţe sociale, psihologie şi pedagogie, completată în mod frecvent de cursuri de formare în consiliere. Astfel, condiţiile de bază pentru un curs suplimentar de formare în consilierea la distanţă sunt mai degrabă eterogene. Sugerăm examinarea acelei părţi din manualul cursului de formare care include cunoştinţele teoretice de bază anterior începerii propriu-zise a cursului de formare şi, în cazul în care acest lucru este necesar, stabilirea poziţiei proprii cu privire la subiectele prezentate.

B.C.U. „M. EMINESCU" IAŞI

## 1.3. Baza teoretică

După o trecere în revistă intensivă a diferitelor teorii cu privire la consiliere şi opţiunea ocupaţională, partenerii din acest proiect au decis în mod unanim adoptarea abordării în consiliere de tip comportamental eclectic şi Metoda Informaţiei Structurate (**MIS**) conformă teoretizării Ertelt şi Schulz pentru consilierea la distanţă.

Spre deosebire de alte teorii cu privire la consiliere, MIS **nu** se concentrează asupra standardelor de decizie, ci încearcă să imite procesele de rezolvare a problemelor cu privire la carieră pe măsură ce indivizii trec prin experienţe de acest tip. În acest context, ajutorul consilierului este perceput ca o **simulare** a procesului cognitiv-afectiv al clientului, dorindu-se un proces de acumulare de informaţii îndreptat către un scop al consiliere stabilit de comun acord.

Cu siguranţă, problemele şi deciziile cu privire la carieră au o natură complexă, dar cu toate acestea pot fi definite ca situaţii slab conturate. Foarte rar există o singură soluţie "bună" şi foarte rar sunt prevăzute rezultate clare; de asemenea, foarte rar există garanţii totale cu privire la un anumit curs al acţiunii.

Aceste procese decizionale sunt deseori asociate cu emoţii puternice, cum ar fi presiunea exercitată de problema în cauză, de informaţiile respective, de teama de a nu lua o decizie greşită şi de îndoieli că alternativa aleasă este într-adevăr cea mai potrivită.

MIS include anumite clasificări care sunt de ajutor consilierilor în evaluarea premiselor iniţiale de care clientul are nevoie în soluţionarea problemei. Clientul trebuie să aibă informaţii despre opţiuni posibile, să fie conştient de criteriile de evaluare sau alte posibilităţi de acţiune cu privire la situaţia în care se află (euristică individuală).

În acelaşi timp, în structura de tip MIS se apreciază că informaţiile trebuie oferite gradual în funcţie de diferitele faze ale soluţionării problemei. La începutul procesului decizional,

individul are nevoie de ajutor în definirea problemei şi de încurajare pentru a acţiona cât mai mult din proprie iniţiativă.

Etapa de generarea alternativelor include informaţii cu privire la soluţii şi la consecinţele asociate pentru cel care solicită informaţii. Este vorba despre fixarea criteriilor de evaluare pentru diversitatea de opţiuni, luând în calcul factori de viabilitate şi fezabilitate. În etapa decizională, atunci când o anumită cale de acţiune este definită şi este luat un angajament personal în această privinţă, clientul are nevoie de informaţii care să vină în sprijinul capacităţii sale de decizie, a clasificării situaţiilor posibil conflictuale, viabilităţii deciziei şi cu privire la consecinţele care pot apărea în urma deciziei luate.

Indivizii în etapa ulterioară procesului decizional au nevoie de informaţii descriptive şi interpretative, deoarece consecinţele posibile şi cele efective tind să aibă un oarecare grad de divergenţă, mai ales în cazul deciziilor importante. Aici intervine acea zonă în care consilierul trebuie să reducă "disonanţa cognitivă".

Aşa cum am menţionat mai sus, clienţii pot avea nevoie de consiliere profesională la distanţă în oricare dintre etapele procesului decizional. În aceeaşi măsură, timpul disponibil este restrâns, mai ales în domeniul consilierii prin telefon. Pentru a putea oferi un ajutor eficient, consilierul trebuie să poată face o diagnosticare a deficitelor informaţionale în raport cu stadiul de soluţionare. Aceasta reprezintă punctul de plecare pentru metodele specifice de susţinere cu ajutorul informaţiei, având permanent în vedere limitele individului în asimilarea şi procesarea informaţiilor.

## 1.4. Utilizarea şi organizarea manualului de formare

Pe baza rezultatelor obţinute în urma chestionarului aplicat consilierilor din ţările participante la proiect, un grup de participanţi în proiect (Ertelt, Jehle, Zakar) au pregătit propuneri pentru conţinutul cursului de formare. Un total de 98 de consilieri selectaţi din opt ţări partenere au analizat aceste subiecte (în vara anului 2002) cu ajutorul unui chestionar. Acest instrument a inclus şi exprimarea opiniei cu privire la tipurile de subiecte care să intre în conţinutul manualului de formare şi ce prioritate să li se atribuie în timpul cursului.

Rezultatele chestionarului au fost discutate la cea de a doua întâlnire de proiect (9-11 septembrie 2002, Oberursel); tot cu acest prilej, a fost adoptată structura de organizare a modulelor din manual. Această etapă a oferit cadrul de "pregătirea lecţiilor" de către ţările partenere.

În cadrul celei de a treia întâlnire de proiect (6-8 februarie 2003, Varşovia) participanţii au identificat (lucrând pe grupe) propunerile pentru obiectivele educaţionale, conţinut, metode şi au stabilit elementele de bază care vor fi utilizate în timpul predării. În cadrul seminariilor care au avut loc ulterior (septembrie şi octombrie 2003, Oberursel), s-a

stabilit: fiecare modul să fie împărțit în **cerințe necesare anterior cursului de formare, obiective educaționale, bibliografia de specialitate** cu referințe **și mențiuni pentru activitatea de predare efectivă**. Nivelurile de competență dorite au fost stabilite în funcție de următoarele niveluri de tip taxonomic: Cunoștințe (Tax. I), Înțelegere (Tax. II), Transferare (Tax. III) și Capacitatea de găsire a unei soluții (Tax. IV).

Cu toate acestea, trebuie avut în vedere că implementarea va trebui adaptată la nivelul eterogen al competențelor participanților. Subiectele care au avut prioritate în chestionar pot servi ca model. Aceste subiecte sunt dispuse pe trei niveluri, în funcție de importanța lor, stabilită anterior cu ajutorul chestionarului (menționată între paranteze) de la (1) cea mai mare importanță, la (2) importanță de nivel mediu și (3) importanță scăzută.

a) **Identificarea nevoilor clientului** (1,22)

(Completarea unei fișe a clientului, acuratețe lingvistică, ascultare activă și întrebări, depășirea gradului de implicare a consilierului).

b) **Procesul de consiliere** (1,23)

(Tehnica de informare și consiliere în funcție de etapele parcurse, asistență cu privire la implementare, trimiteri calificate).

c) **Acordul de consiliere** (1,36)

("Tehnici de încheiere": Rezumarea solicitării, stabilirea priorităților, crearea unui echilibru între așteptările clientului și obiectivele convenite ale consilierii, acordul de consiliere).

d) **Încheierea sesiunii de consiliere** (1,36)

(Stabilirea de comun acord a următorilor pași care trebuie efectuați și a "temei pentru acasă", verificarea realizării obiectivelor de consiliere și a adecvării metodologiei, pregătirea etapei post-decizionale).

e) **Procesul conversațional** (1,43)

(Autoevaluarea conversației, elemente de logopedie, formarea vocii pentru consilierea prin telefon, evaluare critică a abilităților directive și nondirective în consilierea prin telefon).

f) **Diagnosticare./ evaluare** (1,57)

(Calificare formală, autoevaluarea clientului, încredere în sine).

g) **Domenii specifice** (1,61)

(Chestiuni etice cu privire la consilierea prin telefon, abilități multiculturale, marketingul în consilierea prin telefon, consilierea prin telefon în raport cu alte forme de consiliere).

BCU "MIHAIL KOGĂLNICEANU" LIBRARY

h) **Activităţi ulterioare convorbirii şi managementul calităţii** (1,64)

(Pregătirea fişei convorbirii, pregătirea soluţiilor pentru solicitări tipice, documentarea cazurilor conform tehnicii incidentului critic, metode de autoevaluare şi evaluare de către o terţă parte în timpul consilierii prin telefon (de exemplu, metoda EFQM).

i) **Stabilirea contactului prin telefon** (1,73)

(Organizarea spaţiului de primire a apelurilor telefonice, managementul calităţii: timpul de aşteptare pentru clienţi, numărul de conexiuni cu alţi interlocutori, disponibilitatea contactelor, definirea relaţiei în timpul contactului iniţial).

j) **Managementul informaţiei în consilierea prin telefon** (1,94)

(Indici de performanţă ale unor echipamente pentru consilierea carierei prin telefon, accesibilitate şi experienţă tehnologică în consilierea prin telefon).

k) **Cerinţe tehnice în domeniul consilierii prin telefon** (2,12)

(Programe speciale pentru computer, specificaţiile locului de muncă, tarife, conferinţe telefonice, dotarea tehnică a clientului).

Studiile de caz colectate în ţările partenere conform tehnicii incidentului critic prezintă o importantă contribuţie practică la cursul de formare. Practicienii pot contribui, la rândul lor, cu alte cazuri conform modelului predat în timpul cursului.

Programul pentru seminariile de formare desfăşurate în Centrul de Formare din Oberursel este doar o propunere. Programul trebuie ajustat situaţiilor specifice întâlnite (în funcţie de cunoştinţele anterioare, experienţă, motivaţie, interes, stil de învăţare al participanţilor). Cursul cuprinde 32 de ore de predare = unităţi de curs a câte 50 minute fiecare, pe săptămână.

Mulţumiri speciale *Doamnelor Hannelore Großmann, Petra Winterbauer, Gabriele Wiemer* pentru grafică, paginare şi dactilografiere şi *Domnului Walter Auerbach* pentru managementul financiar al proiectului.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

# 2. CONCEPTUL DE FORMARE

## 2.1. Cadrul general în consilierea la distanță

### 2.1.1. Conceptul de consiliere prin telefon în consilierea la distanță

**Gabriela JURACKOVA**
**Sylva STEPITOVA**
*Celia*

În cele ce urmează, alte forme de consiliere la distanță vor fi caracterizate pe scurt pentru a defini caracteristicile consilierii prin telefon. Acest subiect va iniția discuția asupra oportunităților și limitelor diverselor opțiuni de consiliere, diferite de consilierea directă.

Procesul se bazează pe o analiză a documentelor de lucru și pe declarațiile specialiștilor. Contactele citate pot furniza și alte informații detaliate din Germania.

**I. Opțiuni de consiliere la distanță, forme de consiliere *on line***

**Abordări tehnice și oportunități pentru consiliere și orientare profesională *on line***

- Furnizarea informației.
- Pregătirea sesiunii de consiliere / contactul inițial.
- Consiliere eficientă.
- Analiză ulterioară a sesiunii de consiliere.
- Evaluarea / monitorizarea performanțelor.

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Pentru grupuri, punerea la dispoziție *on line* a pachetelor de informații pentru școli, universități, profesori și alți beneficiari.
- Autoevaluare și testare *on line*.
- *Portal* pentru experți - solicitări prin *e-mail*, prin care se compilează liste de întrebări frecvente.

**Avantaje ale consilierii prin *e-mail***

- Ușurință în stabilirea contactului.
- Îmbunătățirea disponibilității / accesibilității serviciilor de consiliere.
- Accesibilitate pentru persoanele cu handicap.
- Accesibilitate mai bună pentru angajați.

***Chat*-uri și forumuri ale experților**

- Accesul grupurilor de clienți care posedă cunoștințe de utilizare a computerului, pericol de excludere de la comunicarea electronică.
- Formă adecvată de comunicare pentru clienții tineri.
- Procente sporite din piață, prin atragerea de noi grupuri țintă care sunt interesate de acest tip de consiliere.
- Toate părțile implicate fac schimb de experiență în același timp.
- Independența regională a furnizorilor de servicii și a clienților.
- Întâlniri în rețea.
- Clienții pot fi implicați în proiecte aflate în derulare.
- Cooperarea cu agenții industriali și firmele poate fi susținută prin forumuri și *chat*-uri pentru experți, cu angajatori și întreprinderi private.
- Susținerea acestui schimb de informații poate fi sporit prin oferirea de documentație în forumurile pentru specialiști.
- Nevoia de a indica cu claritate limitele unui *chat*. Experiența arată că o consiliere intensivă nu este posibilă în această formă.

**Argumente pro și contra cu privire la furnizarea de linii telefonice de tip *hot line***

- Accesibilitate bună indiferent de regiune, infrastructură, cu avantaje, în special, în regiunile cu infrastructură deficitară.
- Este nevoie de o infrastructură tehnică mai complexă.

**Video-conferințe**

- Extinderea serviciilor furnizate prin consilierea la distanță.



BCU IASI - CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Utilizarea eficientă a resurselor umane pentru consiliere şi orientare. Acest aspect câştigă în importanţă pentru cooperarea transnaţională în consilierea profesională.
- De asemenea, este potrivită pentru dezvoltarea resurselor umane.
- Mai multă transparenţă vizuală şi înţelegere decât în cazul altor forme de consiliere la distanţă.
- Sesiuni de informare cu mai multe persoane, independenţă faţă de localizarea geografică.
- Diseminarea facilă a mijloacelor electronice de informare.

**Consecinţe potenţiale ale unui acces lărgit la consilierea *on line***

- Mai puţine solicitări telefonice.
- Cerere redusă de consiliere directă sau
- Cerere mai mare de consiliere directă, deoarece obstacolele ivite în contactarea instituţiilor de consiliere au fost înlăturate.
- Problema excluderii unor grupuri de persoane care nu au acces la tehnologiile informatice şi de comunicare (TIC) şi/sau abilităţi de lucrul cu computerul.
- Documentaţia de consiliere trebuie să fie ajustată la noile condiţii, fără a neglija transparenţa sau standardele de calitate.
- Schimbări în fluxul de activitate, locaţie, durata de lucru şi evaluarea activităţii de consiliere.

**Limitele consilierii *on line***

- Mai puţin potrivită pentru comunicarea în scopul consilierii în sensul restrâns al expresiei.
- Potenţiale bariere pentru persoanele cu handicap (auz, văz) şi pentru cei care nu utilizează computerul.

**Oportunităţi şi avantaje ale consilierii *on line***

- Stabilirea primului contact, "prim ajutor", datorită accesibilităţii uşoare.
- Primul contact de pregătire a sesiunii de consiliere determină nevoile de consiliere şi utilizarea eficientă a resurselor umane.
- Clasificarea clienţilor (de exemplu, un client are nevoie de informare, alt client are nevoie de consiliere).
- Utilizarea verificării ulterioară consilierii (susţinerea, îmbunătăţirea relaţiei cu clientul, calitatea managementului, asigurarea calităţii).
- Consiliere preventivă.



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Limitarea costurilor consilierii directe la volumul dorit de client.
- Orientarea clientului pe parcursul etapei informaționale către mai multă inițiativă și acțiune proprie.
- Consilierea *on line* este un serviciu complementar dezvoltării pieței virtuale a muncii.
- Organizarea consilierii *on line* este independentă de locație.
- Consilierea *on line* reprezintă un serviciu orientat către client, în principal în zona transnațională / europeană în care consilierea directă nu a avut până acum o importanță anume.

**Contacte**

| | |
|---|---|
| • Arbeitsamt Nagold | www.berufsberatung.nagold.de |
| • Arbeitsamt Coburg | www.arbeitsamt.de/coburg/berufswahler |
| • Arbeitsamt Munster | www.berufkom.de |
| • Arbeitsamt Stuttgart | *Chat*-uri - "*Mach's Richtig*" |
| • Arbeitsamt München | *Chat*-uri - "Abitur und was dann?" |
| • LAA Hessen | *Chat*-uri cu privire la formare și studii universitare |
| • FH Oldenburg | *Chat*-uri comune cu agenția de muncă |
| • FH Trier | Conceptul de formare continuă |
| | Calificări pentru consiliere în diverse domenii: www.stube.fh.trier.de/3/index.htm |

**Consiliere virtuală în funcție de asistența financiară disponibilă**

- Informații cu privire la asistența financiară / burse.
- Informații cu privire la prevederile transnaționale de asistență financiară.
- Oferta adițională de calcul pe *Internet* a asistenței financiare disponibile.
- Statutul plăților de asistență financiară.

**OECD a recomandat ca serviciile de orientare profesională să integreze cât mai rapid consilierea la distanță - „consilierea electronică" - în serviciile de consiliere standard.**

## II. Consilierea prin *Internet*

Consilierea prin *Internet* (CI) este un tip special de consiliere (la distanță) care utilizează metode și abordări speciale și solicită o pregătire specială din partea consilierului.



BCU IAȘI CETEA - UNIVERSITY LIBRARY

**Caracteristici ale CI**

- Absența comunicării nonverbale și a altor forme de autoprezentare din timpul contactului direct.
- Comunicare mai exigentă, necesită o formulare precisă a cerințelor și întrebărilor din partea clientului și capacitatea de a răspunde clar din partea consilierului.
- Orice informație poate fi transmisă mai rapid și mai flexibil decât în formă scrisă.
- Facilitează transferul imediat al informației (în forma informației atașate, *e-mail* și adrese pe *Internet*, *web site*-uri etc.).

**Utilizare**

- Cel mai adesea, ca formă de contact inițial (clarificarea unei solicitări) și în timpul consilierii informative.

**Avantaje**

**pentru client:**

- O mai mare accesibilitate, e posibil să se trimită o întrebare de la sediul unde se află clientul.
- Economisirea timpului și banilor clientului.
- Clientul are destul timp să se gândească la solicitarea sa.
- Clientul primește informația în formă scrisă și poate reveni la această informație.
- Informația în sine e mai clară și mai inteligibilă.
- Anonimatul parțial încurajează clientul să apeleze la astfel de servicii.

**pentru consilier:**

- Flexibilitatea programului de lucru, un consilier nu trebuie să răspundă la toate întrebările odată, el poate câștiga timp pentru a le procesa și a reflecta la acestea, precum și să obțină informația respectivă dintr-o bază de date; poate, de asemenea, să-și aloce mai mult timp pentru a analiza informația și pentru a superviza.
- Mod confortabil de a răspunde la întrebări, acestea nu sunt interpretate greșit.
- Posibilitatea de a pregăti anterior răspunsuri general valabile.
- Posibilitatea de a combina această formă de consiliere cu alte activități.

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Recomandări**

- În cazul în care nu sunteți sigur că înțelegeți cererea clientului, clarificați aspectul înainte de a-i răspunde.
- În cazul în care nu este posibil să răspundeți la întrebare dintr-o dată, păstrați legătura cu clientul, de exemplu: "Am primit cererea dumneavoastră și am adunat informații în această privință...".
- Limbajul consilierului să fie în acord cu limbajul clientului (utilizarea termenilor specifici, cuvinte într-o limbă străină).
- Definiți posibilitățile acestui tip de consiliere (Capitolul Managementul Informației).

**Dezavantaje**

- Interacțiunea dintre client și consilier este limitată la forma scrisă (fără limbajul corpului sau altă formă nonverbală de comunicare).
- Mod mai complicat de clarificare a întrebării sau a solicitării clientului, în cazul neînțelegerii din partea consilierului.
- Absența *feedback*-ului.
- În unele cazuri, CI nu poate înlocui modul clasic de consiliere directă, deoarece este un mod de consiliere impersonal.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## 2.1.2 Aspecte ale consilierii prin telefon; cerințe preliminare

**Thoralf MARKS**

*Germania*

### I. Introducere în comunicarea telefonică prin autoevaluare

Oricine poate folosi telefonul. Noi, în general, ridicăm receptorul pe cât de natural şi spontan ne permit abilitățile noastre de comunicare. Facem schimb de informații şi sentimente direct, în ciuda distanțelor mari care ne despart. Am avut experiența că se poate realiza foarte mult printr-un singur apel, dar în aceeaşi măsură, lucrurile pot merge prost, fără să ştim exact de ce.

Utilizarea telefonului din punct de vedere profesional presupune mai mult decât o bună retorică şi o sensibilitate psihologică. Este important să cunoaştem mecanismele şi regulile acestui tip, de comunicare în scopul evaluării corecte a situației şi pentru îmbunătățirea abilităților unei persoane. Numai dacă stăpânim aceste tehnici putem întreține o conversație şi face față situațiilor dificile.

O conversație telefonică reprezintă o formă intensivă de comunicare, deoarece aceasta este strict limitată la un schimb de cuvinte. Toate informațiile necesare unui proces complex de comunicare trebuie transmis prin canal verbal. Acesta dă o importanță specială tuturor detaliilor din cursul conversației, precum şi atributelor sale.

Înainte de a explica teoria de la baza acestor procese, ar trebui să aveți ocazia de a vă determina singur(ă) abilitățile în acest context printr-un exercițiu de autoevaluare. Diversitatea aspectelor sau afirmațiilor vă dă o idee despre complexitatea de semnificații a comunicării telefonice.

Alegeți-vă poziția pe o scală (de la 5 la 1) răspunzând la întrebări rapid şi onest.

| **Acordați-vă o notă la întrebările următoare pe o scală de la 5 la 1:** | **oricând** 5 | 4 | 3 | 2 | **niciodată** 1 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. Când aud telefonul sunând, mă aştept la o conversație interesantă. | | | | | |
| 2. Am la îndemână toată documentația necesară pentru consiliere. | | | | | |

BOJAI SIPOS UNIVERSITY LIBRARY

| | |
|---|---|
| 3. Un solicitant neplăcut mă poate supăra sau irita. | |
| 4. Pot apela cu încredere la toate facilitățile pe care le are telefonul meu. | |
| 5. Când ridic receptorul am încheiat toate celelalte conversații din birou. | |
| 6. Notez imediat numele solicitantului. | |
| 7. Pentru a grăbi procesul, întrerup solicitantul în momentul în care am înțeles cererea sau problema. | |
| 8. Am grijă să folosesc limbajul potrivit cu nivelul de înțelegere al solicitantului. | |
| 9. Sunt capabil să exprim informații negative sau nefavorabile într-un mod pozitiv. | |
| 10. Eu sunt cel / cea care conduce conversația, chiar dacă solicitantul este recalcitrant. | |
| 11. Pot înțelege rapid motivul apelului, punând întrebări. | |
| 12. În timpul apelului comunic cu ceilalți, de exemplu, prin expresii faciale sau gesturi. | |
| 13. Fac însemnări în timpul apelului şi le ordonez la final. | |
| 14. Îmi exprim înțelegerea pentru solicitant. | |
| 15. În timpul convorbirii fac şi alte lucruri. | |
| 16. Rar vorbesc mai mult de 60 secunde o dată. | |
| 17. Când sunt stresat sau supărat vorbesc cu un ton coborât. | |
| 18. În timpul conversației mă asigur că solicitantul mă urmărește. | |
| 19. Vorbesc mai mult decât clientul. | |
| 20. Pot pronunța cuvinte pe litere. | |
| 21. Am un interes real în ceea ce spune clientul. | |

BCU IASI CENTRALA UNIVERSITY LIBRARY

| | |
|---|---|
| 22.Sun înapoi şi la timp, aşa cum am promis. | |
| 23.Ştiu ce să spun în fiecare situaţie. | |
| 24.Am grijă ca volumul vocii mele să fie ajustat la situaţie. | |
| 25.Acuzaţiile şi atacurile personale nu au impact asupra mea. | |
| 26.Sunt prietenos la telefon şi zâmbesc în timp ce vorbesc. | |
| 27.Răspund imediat la telefon. | |
| 28.Am sentimentul că solicitantul consideră conversaţia interesantă şi stimulativă. | |
| 29.Folosesc expresii ca: din păcate, îmi pare rău, este păcat că ... | |
| 30.Vorbesc numai despre lucruri importante pentru solicitant. | |
| 31.Utilizez jargonul meu uzual şi abrevierile fără să mă gândesc dacă solicitantul le ştie sau nu. | |
| 32.Ca regulă generală, repet în timpul convorbirii informaţiile importante, cum ar fi datele şi cifrele. | |
| 33.În timpul conversaţiei mă adresez solicitantului spunându-i pe nume. | |
| 34.Când ascult pentru mai mult timp, mă declar de acord cu anumite cuvinte sau păreri. | |
| 35.Când nu sunt prea concentrat, pronunţ greşit sau caut cuvinte mai potrivite. | |
| 36.Chiar dacă trebuie să dau aceeaşi informaţie de o sută de ori, va suna la fel de bine şi de individualizat. | |
| 37.Sunt atent să răspund la telefon într-un mod clar şi inteligibil. | |
| 38.La telefon pot fi dinamic, vivace şi cald. | |
| 39.În timpul conversaţiei mă asigur că solicitantul mă ascultă. | |
| 40.Pot să-l fac pe solicitant să aibă încredere în mine. | |

BCU IASI CENTRALA UNIVERSITY LIBRARY

| | |
|---|---|
| 41.Folosesc afirmaţii şi solicitări mai des decât întrebări. | |
| 42.La sfârşitul convorbirii, mulţumesc pentru apel şi pentru interesul arătat. | |
| 43.Pun receptorul în furcă numai după ce solicitantul a închis. | |

**Evaluare**

Adunaţi toate punctele, mai puţin cele de la întrebările: 3, 7, 12, 15, 19, 25, 29, 31, 35, 41.

Scădeţi punctele pentru aceste întrebări (3, 7, 12, 15, 19, 25, 29, 31, 35, 41) din totalul obţinut mai înainte. Scorul total vă va da o indicaţie despre abilităţile dumneavoastră în comunicarea telefonică.

| Scor | Rezultat |
|---|---|
| 155 - 140 | Sunteţi un "talent natural" şi, în plus, aţi fost bine antrenat! Sau aţi trişat în timpul acestei evaluări... |
| 139 - 110 | Felicitări! Abilităţile dumneavoastră pentru comunicarea prin telefon sunt bine dezvoltate. Cele câteva slăbiciuni puse în evidenţă vă vor ajuta să vă întăriţi punctele forte! |
| 109 - 80 | Abilităţile dumneavoastră pentru comunicarea prin telefon sunt medii spre bune. Îmbunătăţiţi-vă abilităţile! |
| 79 - 50 | Abilităţile dumneavoastră de comunicare au o nevoie considerabilă de îmbunătăţire. Folosiţi-vă de orice ocazie pentru a învăţa şi pentru a vă însuşi metodele şi tehnicile corecte de comunicare prin telefon. |
| 49 - 0 | Este imposibil! Aveţi un punctaj mult prea mic. |

**II. Aspecte ale comunicării**

Procesele de comunicare sunt foarte complexe şi pot fi explicate ca fiind o reţea multidimensională cu o mare varietate de mecanisme şi condiţii. Teoriile comunicării încearcă să analizeze sistematic şi, astfel, să descrie aspectele de bază ale acestor procese în mod simplificat, dintr-o perspectivă anume.

Cunoscând că diferitele abordări teoretice oferă o înţelegere mai mare a comunicării la nivel teoretic, totuşi, acest fapt nu îmbunătăţeşte semnificativ performanţa individuală a celor care au nevoie de asemenea aptitudini.



BCU "MIHAIL EMINESCU" UNIVERSITY LIBRARY

Cunoaşterea contextului general este necesară pentru a câştiga o bună perspectivă şi înţelegere a comportamentului individual. Numai atunci când se iau măsuri împotriva rutinei, creşte dorinţa de ameliorare şi învăţare: recunoaşterea funcţiilor şi efectelor diferitelor elemente ale obişnuinţelor proprii de comunicare ne va ajuta să le schimbăm după cum intenţionăm.

Exerciţiul din secţiunea anterioară era menit să atragă atenţia asupra obiceiurilor de comunicare; intenţia este să dezvoltăm în continuare câteva idei care integrează aceste probleme într-un context mai larg. Oricum, nu intenţionăm să descriem modelele comunicării, însă dorim să contribuim la explicitarea regulilor interne ce conduc procesele de comunicare, în scopul adaptării abilităţilor individuale.

**"Prieten sau duşman" - prima impresie**

Cu toţii suntem conştienţi de situaţiile în care întâlnim pe cineva pentru prima oară: toate simţurile noastre înregistrează cu aviditate orice semnal emis de noua cunoştinţă, pentru a efectua o primă examinare spontană şi intuitivă. Mai întâi, acest model de comportament a fost o problemă de supravieţuire: înaintaşii noştri aveau de hotărât într-o secundă dacă pericolul era iminent sau nu. Depinde de postura şi gesturile celeilalte persoane, noi fiind pregătiţi să rămânem pe loc numai dacă aceasta poate fi considerată nepericuloasă sau - şi mai bine - aparent prietenoasă. În caz că acest lucru nu se întâmplă, rezultă *stres*, impulsul de a fugi sau de a ataca, acestea fiind mecanisme menite să asigure supravieţuirea.

Aceleaşi mecanisme funcţionează şi astăzi, deşi societatea şi cultura şi-au schimbat înfăţişarea. Impulsul de a fugi a fost în mare parte internalizat, generând retragere interioară. Astfel, atenţia se concentrează asupra sursei de informaţie, care este limbajul trupului; atacul este exprimat verbal şi prin gesturi. Totuşi, dacă poate fi stabilit contactul, atunci comunicarea partenerilor "se poate regla". Împreună, ei pot reproduce ceea ce este familiar şi agreabil pentru ei, găsesc un limbaj comun pentru schimbul de informaţii. Aceasta este etapa de discuţie introductivă de la începutul întâlnirii.

Următoarele nevoi trebuie avute în vedere: **prima impresie, adică primele secunde după stabilirea contactului, este în mare măsură hotărâtoare pentru cursul procesului de comunicare.**

Dacă s-a creat intuitiv o imagine negativă, aceasta va domina percepţia, care va fi foarte dificil de corectat ulterior.

În comunicarea telefonică, toate informaţiile cu privire la interlocutor trebuie transmise verbal, aşa încât nu există impresii vizuale de luat în considerare. Etapa de iniţiere a conversaţiei este adesea mai scurtă decât în cazul unei întâlniri directe, dacă prima impresie este pozitivă. În caz contrar, iritaţiile şi neîncrederea vor fi mai dificil de depăşit decât s-ar fi putut cu ajutorul limbajului trupului. De regulă, un astfel de contact şi, în consecinţă, schimbul de informaţii vor rămâne mult mai rezervate şi formale.

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Acceptare şi respect - "a fi pe aceeaşi lungime de undă" în comunicare**

Ca specie, oamenii depind de poziţionarea lor în contextul social şi de permanenta re-examinare şi întărire a statutului lor în relaţiile cu alţii. O comparaţie cu ceilalţi ajută la determinarea propriei valori. Fiecare depinde de judecata celorlalţi. Acest fapt este exprimat prin respectul de sine, care este o categorie decisivă a naturii umane şi comportamentului.

**În fapt, orice face o persoană este determinată de permanenta asigurare şi încurajare a poziţiei sale sociale.**

Încurajarea respectului de sine este o parte a oricărei comunicări; cu alte cuvinte, scopul oricărei comunicări este, într-o anumită măsură, confirmarea respectului de sine al părţilor implicate. Dacă în cursul acestui proces o persoană se simte jignită sau nesigură, comunicarea va avea de suferit. În acest caz, va fi aproape imposibil un schimb de informaţii factuale. Aceasta demonstrează că permanenta transmitere a acestor mesaje sociale funcţionează ca o "lungime de undă comună". **Numai atâta timp cât respectul de sine al partenerilor este confirmat sau cel puţin nu este primejduit, informaţia factuală poate fi transmisă corect.**

Pentru a obţine acest lucru, în primul rând trebuie evitate orice mesaje sau semnale negative care pot primejdui respectul de sine al celorlalţi chiar şi în mod neintenţionat.

În al doilea rând, partenerul trebuie să primească **semne de apreciere** care îi afirmă personalitatea şi îi scot în evidenţă realizările. În teoria comunicării asemenea mesaje sunt numite "mângâieri" şi sunt indispensabile pentru ca oamenii să-şi păstreze sănătatea mentală. De asemenea, oamenii par să fie foarte siguri şi comunică faptic fără să aştepte confirmări reciproce deschise şi consideră inconştient că sunt angrenaţi permanent în procese de acceptare reciprocă.

De aceea este important nu să pui sub semnul întrebării respectul de sine al partenerului în timpul comunicării, ci să-l întăreşti şi, în acelaşi timp, să-ţi aperi şi susţii propriul respect de sine. **Comunicarea poate reuşi deplin dacă toate părţile implicate sunt confirmate în aceeaşi măsură şi se simt confortabil.**

Făcând astfel, este important pentru consilier să îşi cunoască propria stare emoţională, de exemplu să-şi perceapă starea produsă de informaţia comunicată şi primită. Pe de altă parte, consilierul ar trebui să simtă la fel ca şi partenerul, adică să perceapă starea emoţională a acestuia, ce spune şi cum răspunde el la mesajele auzite. De obicei, oamenii care reflectează şi asupra lor înşişi comunică mai bine, deoarece sunt în general conştienţi de particularităţile şi sensibilitatea lor, deci îi înţeleg şi îi evaluează mai bine pe alţii.

Cunoaştem din propria experienţă că acest lucru este adesea mai dificil decât ne aşteptam. Respectul de sine al unei persoane este rezultatul unic al istoriei experienţelor şi modelelor culturale din viaţa sa. Respectul de sine depinde întotdeauna de interacţiunea socială, de evaluările altora şi de modul în care sunt percepute acestea: este afectat şi de reacţiile partenerului cu privire la poziţia şi atitudinile altora şi, în special, de reacţiile la modul în care ne vedem şi vrem să fim văzuţi.

**Aceasta înseamnă că informațiile care le transmitem pot fi înțelese într-un mod total diferit decât intenționam. Receptorul le interpretează în propriul cadru de referință.**

De aceea "întâlnirea cu clientul" înseamnă înainte de toate a determina localizarea clientului și a comunica în cadrul său de referință.

O regulă simplă va fi: **"Pune-te în acord cu persoana, nu cu mesajul!"**

Majoritatea acestor tipare funcționează inconștient, cel puțin atâta timp cât nu există nici o interferență. În mod normal, întâlnirea față-în față "lungimea de undă comună" descrisă mai sus este susținută de semnalele limbajului trupului. Din moment ce aceasta reprezintă, de obicei, un aspect important al comunicării, limbajul trupului trebuie înlocuit cu tonul vocii și mijloacele verbale de expresie.

**Regula este să fii în mod limpede mai politicos la telefon decât în contactul direct.**

**"Emițătorul este mesajul" - conținutul potențial al unui mesaj**

Presupunând că mesajele nu constituie doar informație factuală, ci includ întotdeauna și alte înțelesuri, este nevoie de o privire mai atentă asupra naturii acestei informații adiționale. Aici trebuie să distingem dacă emițătorul crede ce spune, adică dacă mesajele sunt cu adevărat transmise sau acestea au fost înțelese, respectiv interpretate, de către receptor în felul său propriu.

În plus față de **nivelul de informație factuală**, un mesaj poate transmite următoarele semne de naturi diferite:

a) **Apeluri, mesajele de tip "Tu"**

Mesajul este exprimat într-un anumit fel sau conține elemente concrete ce-l transformă într-un apel la acțiune, sau cel puțin mesajul este înțeles în acest mod de către receptor.

b) **Autorevelații, mesajele de tip "Eu"**

Orice mesaj de oarecare complexitate include informații despre starea psihică sau emoțională a emițătorului, despre motivația și situația sa actuală, ori acestea sunt deduse de către receptor.

c) **Declarații despre relații**

O relație între parteneri se stabilește la începutul oricărui proces de comunicare. În mod frecvent informația care ar trebui să indice tipul relației, de pildă modul în care este evaluat partenerul, este conținută în afirmațiile factuale, ori se poate ca receptorul să simtă că este judecat sau calificat.

Pentru ca procesul de comunicare să aibă succes, adică să aducă satisfacție ambilor parteneri ai comunicării, ajutând mai ales persoana care solicită consiliere, tipul de informație descrisă mai sus este de o importanță considerabilă. De cele mai multe ori

BCU "LUCIAN BLAGA" UNIVERSITY LIBRARY

neînțelegerile și iritările trebuie rezolvate, iar motivele sau nevoile ascunse se cer conștientizate. Astfel, așa-numita informație secundară se transformă în informație-cheie ce formează fundamentul pentru evoluția procesului de comunicare.

**"Comunicarea este ceea ce se primește!"** Tradus în practica activității consilierului, acest principiu înseamnă că "adevărul este ceea ce a înțeles clientul". Pentru a oferi solicitantului răspunsuri corecte, trebuie să aflăm ce anume informații satisfac nevoile sale, precum și în ce mod.

**"Cât de mare ești?" - chestiunea ierarhiei**

Pornim orice proces de comunicare cu o imagine despre noi înșine. Acest fapt înseamnă că ne construim o poziție vis-à-vis de partenerul nostru, ne formăm o imagine despre el. Relația care se stabilește astfel este elementul de bază al nivelului de interacțiune și este decisivă pentru natura conversației.

Într-o situație de consiliere este important să înțelegem cum se categorisește solicitantul. A investi consilierul și instituția din care face parte cu mai mult decât autoritate profesională atrage după sine atribuirea de semnificații diferite și posibil eronate informațiilor primite.

Ierarhizarea inversă este posibilă, de asemenea.

**În consilierea prin telefon, absența limbajului corporal este mai dificil de perceput și depășit.**

Dacă un consilier face greșeala tipică de a folosi jargonul specialistului, cum ar fi abrevierile, aceasta ar putea genera un conflict pentru solicitantul nesigur: percepția de sine este zdruncinată de o așa-zisă necunoaștere, ori poate solicitantul nu îndrăznește să-și admită ignoranța și să pună întrebări. În orice caz, aceasta va deranja comunicarea.

Numai un solicitant cu respect de sine solid poate întreba în legătură cu respectivii termeni necunoscuți.

**"Simte-te bine" - emoțiile sunt întotdeauna prezente**

S-ar putea să nu fim întotdeauna conștienți de faptul că nu este posibil să percepem sau să înțelegem informația fără a simți ceva în legătură cu aceasta.

**Emoțiile reprezintă un avertisment al sistemului nostru biologic asupra interferențelor și pericolelor și de aceea filtrează permanent toate percepțiile noastre.** Absorbirea informației factuale este întotdeauna legată de emoții, de dispoziția și situația în care primim o informație.

Dacă starea noastră de spirit este bună, mai multă semnificație este acordată noutăților și acestea pot fi rememorate mai ușor și mai complet. Amintirile neplăcute și toate informațiile factuale conexe sunt uitate mai rapid sau împinse în subconștient.

BCU CLUJ / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Când vorbim la telefon, aceste impresii, în principal generate de partenerul de conversație, pot fi percepute doar prin intermediul auzului.

**Valoarea pe care o atribuim unei informații depinde foarte mult de dispoziția partenerului exprimată prin tonul vocii.**

Folosirea profesională a telefonului înseamnă, pe de o parte, să fim atenți la starea celuilalt, care este afectată de factori precum condiția fizică și psihică, volumul de muncă sau mediul. Aproape întotdeauna această stare poate fi resimțită la telefon (cel puțin intuitiv) și poate afecta cursul conversației. Oricum, atenția ar trebui să fie trează la vocea celuilalt, la ton, stil și intonație. O voce caldă, fermă și vivace este resimțită ca atractivă.

Creierul uman înregistrează nu numai informația factuală, dar în același timp și toate informațiile secundare și stările pe care situația specifică le declanșează și le dezvoltă. Acestea pot fi percepțiile vizuale și olfactive, asocierile și comparațiile care fac informația factuală să fie comprehensibilă. Când nici un canal vizual nu este disponibil pentru impresii secundare, este cu atât mai important să dezvoltăm date și fapte abstracte într-o manieră clară și ușor inteligibilă, repetându-le frecvent. Recomandăm utilizarea ilustrațiilor și comparațiilor rememorate. Crearea de rute adiționale, paralele pentru informație contribuie la o atmosferă deschisă și prietenoasă, iar în plus poate fi de ajutor la rememorarea mai ușoară și acurată a informației.

**Cât de bine poate fi memorată și recuperată informația depinde de tipul informației care o însoțește. Vor fi mai ușor de reținut imaginile ce impresionează și exemplele transmise oral mai ușor de înțeles.**

### "Ce rămâne este ultima impresie" - cum să încheiem conversația

Dacă prima impresie, de obicei primele secunde, determină cursul ulterior al conversației, decizând șansele generale de succes ale comunicării, finalul conversației creează impresia ultimă și durabilă.

În timpul acestei ultime etape a conversației, sunt rezumate subiectele convorbirii, de pildă, pentru a preveni neînțelegerile, sunt verificate acordurile și discutate perspectivele. Unele secvențe de conversație informală pot fi, de asemenea, repetate, pentru încurajare reciprocă și urări de rămas bun.

Dacă ceva merge greșit în etapa finală, tot ceea ce s-a petrecut înainte poate fi invalidat, în cazul în care solicitantul își pierde sentimentul că este acceptat și plăcut. Din nou, este nevoie de o sensibilitate specială pentru situația respectivă, deoarece lipsește elementul important al limbajului corporal. Adevărul poate fi formulat astfel: **Orice convorbire telefonică este pe atât de bună pe cât este sentimentul ce rămâne de pe urma ei.**

Este important ca solicitantul să decidă când anume se va încheia conversația, consilierul putându-se oferi **doar** s-o încheie. Durata etapei de încheiere ar trebui să depindă de cursul și tipul conversației. Mai este important ca nici un consilier să nu pună jos receptorul până ce solicitantul n-a făcut aceasta.

Consilierul ar trebui să evite orice indicație ce ar putea implica faptul că apelul a fost sau este un deranj, fapt ce ar reprezenta o presiune de a finaliza conversația. Astfel de indicații fac de obicei solicitantul să se simtă nesigur și produc o impresie nefavorabilă. Pe de altă parte, o finalizare reușită a conversației poate transforma apelul într-un eveniment important, ce lasă o impresie durabilă, indiferent de utilitatea informațiilor furnizate.

## III. Aspecte speciale ale comunicării prin telefon

### Avantaje potențiale ale folosirii telefonului

Pe lângă dezavantajele create de absența limbajului corporal descrise mai sus, folosirea telefonului prezintă și avantaje clare.

Nevoia de a folosi gesturi și comportarea obiectivată sunt evident reduse și percepția nu poate interfera cu nici o impresie vizuală confuză sau care poate distrage atenția. De aceea, apelurile telefonice **au nevoie de considerabil mai puțin timp** decât contactele directe.

Într-un timp relativ scurt, utilizarea inteligentă a mijloacelor lingvistice poate crea un nivel de interacțiune socială, liber de interferențe, ceea ce permite o valoare adecvată a **angajamentului și apropierii** cerute de situație. Din momentul în care o atmosferă atentă și de încredere a fost creată, **se poate face schimb de gânduri** care sunt **percepute cu o intensitate** posibilă ca atare doar în convorbirile telefonice.

Un alt aspect ține de faptul că **pragul** este mult mai **jos** pentru solicitantul de consiliere, deoarece informația poate fi schimbată în ciuda distanței spațiale, fără nici un angajament formal sau obligație.

Distanța spațială este ideală pentru solicitantul de consiliere, pentru ca acesta să-și **depășească teama de contacte** și să testeze pentru prima dată o situație de consiliere. Consilierul trebuie să decidă asupra diferitelor circumstanțe și motive pentru a regla natura și limitele discuției.

### "A-ți vedea partenerul la telefon" - natura conversației

Elementele nonverbale, cum ar fi expresia feței, gesturile, ținuta sau contactul vizual sunt considerate cele mai importante elemente ale procesului comunicării. Acestea sunt necesare pentru a menține raportul, a demonstra atenția și interesul. Funcția descrisă mai sus ca "lungime de undă comună" trebuie utilizată prin elemente verbale în conversația telefonică.

Aceasta generează cerințe speciale cu privire la limbă și mijloacele specifice de expresie. De aceea este atât de important să modulăm vocea, iar discursul să fie vioi, să arătăm afecțiune și să fim expresivi.



BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Semnalele limbajului corporal pentru atenție și afecțiune, cum ar fi datul din cap, zâmbetul și contactul vizual trebuie înlocuite cu **"ascultarea activă manifestă"**.

Aceasta poate fi "demonstrată" prin așa-zisele **semnale de atenție** precum: "înțeleg", "interesant", prin sunete de confirmare ca "îhî" or "mmh", ca și prin repetiții însoțite de comentarii.

- Partenerul trebuie să devină convins că există un interes autentic pentru el. Concentrarea și atenția pot fi, de asemenea, arătate prin pronunțarea **numelui** solicitantului.
- Într-o întâlnire personală, contactul vizual permanent înseamnă (aproape întotdeauna) atenție totală față de partener. În timpul convorbirii telefonice, aceasta trebuie demonstrată **printr-un grad foarte mare al atenției.** Dacă avem un partener de conversație neconcentrat sau neatent, el va fi și defensiv, ceea ce va interfera cu conversația.
- În acest scop **parafrazarea** ajută foarte mult, reacțiile furnizate solicitantului arătându-i acestuia că a fost înțeles corect. Astfel de solicitări de confirmare ajută, de asemenea, la evitarea în mare parte a unor dificultăți și neînțelegeri în comunicare.
- Dacă în timpul unei conversații dealtfel prietenoase se nasc **situații conflictuale**, iar acestea sunt recunoscute ca atare, pot fi amendate mai ușor la telefon decât în contactele directe. Distanța spațială și vizuală ajută la depășirea și la izolarea mai ușoară și mai rapidă a unor iritări de moment.

**Aspectele fizice ale exprimării lingvistice**

Când presupunem că părțile nonverbale ale comunicării trebuie înlocuite prin verbalizare, trebuie să fim conștienți că în contactul personal direct **informația transmisă prin limbaj corporal** mai poate servi și la **"calificarea"** mesajului verbal.

**„Un corp nu minte niciodată"** este unul din adevărurile fundamentale în teoria comunicării. Înțelegem astfel că suntem capabili intuitiv să recunoaștem orice incongruență între mesajul verbal și atitudinea reală. De aceea, reacția tipică este de a fi mai suspicioși când vorbim la telefon, fără susținerea oferită de impresiile vizuale.

**Vom fi credibili numai dacă semnalele transmise prin mesajul verbal, voce și ton coincid.**

**Atitudinea mentală** față de comunicare este cea care decide, în realitate, cu privire la autenticitatea exprimării pe care o folosim.

Pe lângă acestea, exprimarea lingvistică mai depinde de poziția fizică pe care o avem. Se vorbește foarte mult despre necesitatea de a **zâmbi la telefon** și aceasta indică faptul că **atitudinea mentală și fizică și expresia lingvistică formează o unitate.** Limbajul devine mai viu dacă cineva se mișcă în timpul apelului, gesticulează și se folosește de diverse expresii faciale.

**Ritmul conversației**

În general, durata unei conversații de consiliere depinde de cuprinderea informațiilor dorite: solicitări concrete și simple pot fi rezolvate de obicei în cadrul unei convorbiri simple și rapide. Totuși, dacă sfatul cerut urmărește să investigheze opțiunile și condițiile de consiliere, discuțiile mai lungi ajută la stabilirea unei atmosfere de încredere și competență.

Ritmul unei convorbiri telefonice este determinat de reguli speciale în fiecare caz:

- Conversația trebuie să fie un dialog cu intervale mai scurte decât o conversație din cursul unei întâlniri personale. Este nevoie de concentrare pentru a absorbi informația exclusiv prin canalul acustic și, din această cauză, consilierul n-ar trebui să vorbească **mai mult de 50 până la 60 secunde** o dată.
- Ajustarea la interlocutor în timpul conversației implică **ajustarea vitezei și volumului** discursului la caracteristicile vorbirii solicitantului, fără pretenția de a le imita.
- Deși consilierul poate vorbi în dialect, este de cea mai mare importanță ca limbajul său să fie inteligibil. Orice spune consilierul trebuie să fie comprehensibil pentru interlocutor, de exemplu, **să nu utilizeze un anumit jargon, termeni tehnici și abrevieri**.
- Toată interacțiunea se bazează pe limbaj și sunete. **Pauzele** scurte din ritmul vorbirii pot sublinia o afirmație, dar întreruperile lungi vor dăuna: partenerul începe să se îndoiască de concentrarea noastră sau se întreabă dacă linia telefonică nu cumva a căzut. Deci, dacă o pauză este luată pentru a ne gândi la ceva, aceasta trebuie anunțată.

## IV. Practici în comunicarea prin telefon

**Câteva principii fundamentale ale convorbirii prin telefon**

- Mențineți întotdeauna o **atitudine generală pozitivă**. Dacă transmiteți optimism și încredere, aceasta se va transfera ușor solicitantului. Problema este să nu ignorați temerile, îndoielile sau iritările solicitantului, ci să puneți aceste sentimente în perspectivă și să le răspundeți adecvat.
- Folosiți un limbaj prietenos și asertiv, începeți conversația cu un subiect necontroversat, înainte de a progresa către chestiuni posibil controversate. Cel mai important este să învățați **a exprima chestiunile negative în mod pozitiv sau cel puțin neutru. Mulțumiți solicitantului pentru apel** și **cereți-i** să facă anumite lucruri, ceea ce va dezvolta o atmosferă de deschidere și acceptare.



BCU "CAROL I" CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Fiți conștient că fiecare solicitant este un individ, o personalitate care merită respect. Nu vă adresați solicitantului pe nume **decât din când în când, dar continuați să faceți comentarii personale**. În special etapa finalizării convorbirii creează condițiile pentru a vă arăta interesul și respectul.

- Folosiți forme de **ascultare activă** pentru a demonstra atenția și a-i transmite clientului sentimentul că este acceptat. Acestea pot fi simple sunete de confirmare, parafrazarea sau alte tehnici de *feedback*. A fi înțeles exact creează un sentiment de acceptare și ajută la evitarea neînțelegerilor.

- Folosiți **mesaje de tip "eu"** ca să exprimați opiniile și reacțiile dv. la problemele discutate. Acest fapt creează apropiere și arată solicitantului respectul și deschiderea față de problema sa.

- **Răspundeți la emoțiile partenerului**. Toate emoțiile exprimate sunt semnale care cer un răspuns. În acest fel, puteți pe de o parte stimula plăcerea de a comunica și starea de bine, iar pe de altă parte, înlătura conflictele; astfel, un solicitant iritat pentru că se simte neînțeles va fi mai dispus să discute problema în mod obiectiv.

**"Cine întreabă va conduce" - "Metoda Socrates"**

În consiliere, mai ales în consilierea prin telefon, există întotdeauna pericolul pentru consilier să creadă că înțelege nevoile clientului fără a cere o confirmare a presupunerilor sale. Ca rezultat, poate asigura o cantitate mare de informații, care s-ar putea să nu fie dorită în acel moment. Pentru a da informația corectă în mod corect avem nevoie de **informații** precise despre motivul și circumstanțele apelului; pentru a afla toate acestea, trebuie puse întrebări.

Întrebările pot **motiva și activa** clienții care sunt nesiguri, ezitanți sau nespecifici. Aceștia spun mai multe despre ei înșiși, iar încrederea în consiliere crește.

În cazurile complexe de consiliere, tehnica întrebărilor este o metodă de **a conduce conversația**. Întrebările inteligente pot ghida clientul prin diverse probleme fără ca acesta să simtă că i se ordonă sau că este forțat. Solicitantul va urma de bunăvoie cursul discuției, pentru că el/ea presupune corect că este luat(ă) în serios și că poate aduce progrese în conversație prin răspunsurile sale.

Filozoful grec Socrates era cunoscut pentru metoda sa de a face oamenii să devină conștienți de înțelepciunea lor ascunsă, conversând cu ei. Prin formularea unor întrebări inteligente, Socrates ghida oamenii care apelau la el spre a identifica singuri răspunsuri și soluții potrivite pentru ei înșiși.

De fapt, **cunoștințele / datele / informațiile pe care le extragi tu însuți** sunt cele mai bune, deoarece sunt autentice și, astfel, au efecte intense și durabile. Soluțiile obținute ca urmare a unor întrebări ajutătoare vor întări aptitudinile de luarea deciziilor și inițierea acțiunilor corespunzătoare.

**Tehnici de interogație**

Diferitele tipuri de întrebări și metode de interogație pot fi înțelese și analizate din diferite perspective. Prezentăm aici un număr de tehnici clasice, clasificate după intenția întrebării:

**Întrebările tactice** țintesc un tip special de răspuns. Ele pot afecta natura dialogului prin definirea situației conversaționale cu opțiuni de răspunsuri predefinite. Întrebările tactice pot contribui la conducerea conversației în siguranță.

**Întrebările strategice** sunt cele care orientează conținutul discuției. Ele țintesc problemele de discutat și activează către scopul dorit.

Următoarele tipuri de întrebări sunt relevante sub aspect tactic:

- **Întrebările închise** sunt formulate în așa fel încât sunt posibile doar răspunsuri cu "da" sau "nu". Ele permit controlul conversației. Răspunsurile sunt previzibile, persoanele vorbărețe pot fi oprite, iar persoanele nesigure pot fi convinse să își ia angajamente.
- O versiune a întrebărilor închise este reprezentată de **întrebările "da"**. Persoana chestionată nu poate răspunde altfel decât cu "da". Dacă aceste răspunsuri coincid cu vederile lui/ei, se va simți confirmat și conversația poate avansa în substanță.
- **Întrebările deschise** dau solicitantului spațiu amplu pentru a-și formula răspunsurile. În acest mod poate fi dezvăluit subiectul conversației, iar solicitanții nesiguri sau timizi pot fi determinați să acționeze.
- Prin punerea **întrebărilor alternative,** alegerea răspunsurilor este, de obicei, limitată la două opțiuni. Acestea pun clientul în situația de a avea o anumită poziție. Întrebările alternative pot conduce convorbirea.
- **Întrebările de dirijare** sunt folosite cu intenția de a influența opinia cuiva. Ele pot fi folosite sporadic în consiliere pentru a provoca intenționat solicitantul, pentru a contrazice sau verifica atitudinea acestuia.
- **Întrebările de verificare** ne ajută să verificăm dacă am fost înțeleși corect. Secțiunea curentă a conversației poate fi rezumată, iar următorul subiect poate demara.

Întrebările următoare pot fi folosite cu intenții strategice:

- **Întrebări de informare**: Acestea ajută să aflăm statutul cunoștințelor (fapte, date și altele de acest tip) necesare continuării conversației. În general, răspunsurile sunt scurte și simple.
- **Întrebări de fundal**: Acestea vizează atitudinile, părerile sau aspecte speciale ale situației celui ce răspunde. Ele sunt foarte personale și ar trebui puse numai după fundamentarea unei relații de încredere între interlocutori.



BCU "MIRCEA CEL BĂTRÂN" UNIVERSITY LIBRARY

- **Întrebări de animare:** Aceste întrebări au menirea să încurajeze implicarea solicitantului în conversație și în problemă și provoacă la un răspuns din partea celor timizi.
- **Întrebări de progresie:** Acestea ajută la rezumarea statutului curent al conversației, pe care o ridică la următorul nivel, unde se deschid noi subiecte de discutat.
- **Întrebări cu privire la obiectiv:** Acestea servesc la vizualizarea și descrierea unui rezultat dorit sau sperat. Ele vizează viitorul și motivează prin anticiparea ipotetică a nevoilor partenerului. În același timp, ajută la verificarea cursului și naturii conversației.

**Metoda *feedback*-ului**

Această metodă asigură partenerului *feedback* în legătură cu afirmațiile sale, situația, starea sa emoțională. Pe de o parte, *feedback*-ul îl asigură că este luat în serios și este ascultat, iar pe de altă parte îl confruntă cu efectul propriilor afirmații, de exemplu, dacă solicitarea sa a fost înțeleasă corect.

Confruntarea cu propriile afirmații într-un mod interesant și pozitiv poate scoate la iveală noi gânduri și facilita importante **incursiuni în cunoașterea de sine**. Oricum, trebuie să fim atenți să nu punem în discuție prea direct imaginea de sine a solicitantului. În acest sens nu se recomandă evaluarea negativă.

Pentru **consilier**, acest tip de *feedback* permite **verificarea** propriilor sale concluzii cu privire la **cererea, dorința sau atitudinea solicitantului,** cu scopul de a fi sigur de acestea pentru următoarea parte a conversației. Metoda este o parte a instrumentarului de bază al consilierului. În orice caz, ar trebui folosită numai când este necesar și nu ca regulă generală; în timpul unui schimb de informații scurt, direct, poate fi dăunătoare.

În plus, față de alte tehnici de interogație și reflectare a emoțiilor, *feedback*-ul poate fi furnizat prin **parafrazare**. Afirmațiile partenerului sunt repetate cu cuvintele consilierului, corespunzător înțelegerii proprii a acestuia din urmă, pentru a furniza clientului o confirmare a mesajului esențial.

O formă superioară de *feedback* este **ascultarea pro-activă**. Aceasta presupune formularea concluziilor și anticiparea argumentelor, judecăților de valoare sau intențiilor partenerului. Dacă aceasta poate fi efectuată fără o atitudine de superioritate, atunci solicitantul se va simți acceptat și își va regăsi așteptările confirmate.

**Metoda "da, dar..."**

Această metodă poate fi utilizată atunci când declarațiile, atitudinile sau informațiile nu pot fi acceptate fără o calificare sau corecție. O simplă negație sau contradicție ar provoca, pe drept cuvânt, o insultă, deoarece părerile sale sunt fundamentate pe propria experiență.

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Oricine trebuie să-şi exprime mai întâi respectul, adică **acceptarea** unui alt punct de vedere (da ...) şi abia apoi să-şi adauge propriile păreri, adică să aducă în **completare** propria părere (dar... sau şi...). Aceasta situaţie asigură integritatea solicitantului şi, în plus, îi permite să ia în considerare noile perspective înfăţişate.

**Recomandare finală**

*Întotdeauna încercaţi să aflaţi noi informaţii cu privire la comunicare şi aptitudini conversaţionale şi niciodată nu încetaţi să vă îmbunătăţiţi abilităţile de comunicare. În orice situaţie aţi fi, concentraţi-vă asupra persoanei cu care aveţi de-a face, puneţi-vă în acord cu aceasta, comunicaţi într-o manieră plăcută şi spontană, folosindu-vă de teorie ca de o plasă de siguranţă.*

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## 2.1.3. Standarde minime pentru organizarea tehnică

**Roland HÜTTNER**

*Germania*

### 1. Accesibilitatea

Impresia pozitivă a unui grup țintă cu privire la un serviciu depinde foarte mult de accesibilitatea sa. Înainte de planificarea în privința problemelor tehnologice și de personal, trebuie convenit asupra nivelului la care va fi asigurat serviciul; de exemplu, în funcție de numărul de apeluri primite la care trebuie să se răspundă cât mai repede posibil într-o unitate de timp.

Factorii decisivi ai accesibilității serviciului de consiliere prin telefon sunt:

- Numărul de consilieri.
- Numărul de apeluri primite.
- Durata medie a unui apel.
- Durata medie a activităților ulterioare apelului.
- Nivelul dorit al serviciilor oferite.

Industria centrelor de relații cu clienții prin telefon („*call-centers*") consideră acceptabil un nivel al serviciului de 80/20; astfel, la 80% din apelurile primite se răspunde în 20 secunde. Aceasta se desfășoară după principiul primului și celui de-al doilea nivel de ajutor. Astfel, toate apelurile primite sunt îndreptate către centrală (nivelul întâi), unde consilierii dețin cunoștințe bogate. Aici este locul unde se poate răspunde la majoritatea întrebărilor. Întrebările speciale sunt transferate însă la al doilea nivel. Personalul de la acest nivel se poate concentra asupra anumitor chestiuni, în timp ce personalul de la primul nivel se poate ocupa de apelurile care vin în continuare.

Experiența arată că uneori apelurile ating un volum care depășește capacitatea de răspuns a resurselor umane existente. În mod normal, solicitantul ar trebui să audă tonul unui telefon ocupat. Sunt mai multe opțiuni tehnice de a veni în întâmpinarea solicitantului chiar și în această situație. Una din soluțiile frecvent utilizate o reprezintă mesajele

BCU ASTRAL UNIVERSITY LIBRARY

telefonice (*"loops"*) ce informează solicitantul că momentan toţi consilierii sunt ocupaţi, dar că va fi conectat cât mai curând posibil.

Aceste mesaje telefonice nu durează prea mult, deoarece solicitantul plăteşte impulsurile sau devine nerăbdător şi atunci va fi nemulţumit de serviciul oferit. Alte opţiuni sunt reprezentate de roboţii telefonici şi mesageria vocală. Apelantul poate lăsa un mesaj, cum ar fi: nume, adresă, număr de telefon şi natura solicitării. În această situaţie, consilierul poate lua singur iniţiativa prin telefon şi să răspundă solicitărilor înregistrate.

## 2. Componente tehnice

### Sistemul telefonic (PBX)

Orice serviciu eficient de telefonie cere o înaltă performanţă PBX. Mărimea sistemului poate fi diferită în funcţie de proiect, dar în orice caz ar trebui să se bazeze pe un sistem de comunicare ISDN digital. Acest sistem poate îndeplini funcţii de bază, cum ar fi: întrebare - răspuns, întrerupere, conferinţă, afişarea numărului de telefon de la care se sună şi căsuţă vocală.

Tipurile de echipamente menţionate mai jos nu sunt obligatorii, dar destinate a face comunicarea mai uşoară pentru angajaţi şi solicitanţi.

### Sistemul ACD (sistemul de distribuire automată a apelurilor)

Sistemul ar trebui să includă ACD pentru a distribui apelurile primite către toţi consilierii. Multe sisteme PBX permit utilizarea unui ACD adaptat. Avantajul unui ACD este că utilizatorul poate retransmite apelurile primite către grupuri de apeluri pre-definite; mai mult, utilizatorul poate defini criteriile pentru aceste grupuri. Oricum, această funcţionalitate poate fi folosită numai dacă există un server special ACD care facilitează comunicarea cu PBX prin intermediul unui program special de computer.

### CTI (integrare computerizată a telefoanelor)

CTI integrează PCX-ul într-o reţea de computere. În acest fel, apelurile primite pot fi eficient direcţionate.

Un alt avantaj este acela că solicitanţii pot fi identificaţi cu ajutorul numerelor de telefon (ISDN), iar pe această cale informaţii importante (istoria clientului) sunt disponibile înainte de a răspunde la apel. De asemenea, pot fi compilate liste cu privire la apelurile ce trebuie returnate clienţilor.

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Căştile profesionale**

Căştile profesionale au devenit indispensabile pentru consilierea prin telefon.

Consilierii îşi petrec o mare parte din timpul lor la telefon. Când folosesc aceste căşti, mâinile lor sunt libere pentru alte activităţi, se previne o ţinută inadecvată a corpului, iar practica a arătat că se diminuează numărul de greşeli comise de consilieri.

Căştile profesionale sunt disponibile pentru toate liniile telefonice de tip ISDN şi sunt independente de soluţiile complexe ale centrului de telefoane. Din motive de igienă, fiecare consilier prin telefon ar trebui să aibă propria cască.

## 3. Programe

Când se utilizează soluţii complexe, furnizorul de servicii de consiliere prin telefon trebuie să-şi actualizeze sistemele de operare standard şi programele speciale.

Din raţiuni ergonomice, ar trebui ca monitorul consilierului prin telefon să nu fie încărcat cu informaţii inutile, pentru ca acesta să poată lucra eficient.

Unii furnizori au dezvoltat sisteme de comunicare (programe speciale) în acest scop, care pot fi integrate fără probleme în serviciile existente.

## 4. *Design*-ul locului de muncă

În Germania, societăţile de asigurare stabilesc standarde ale *design*-ului birourilor în care se lucrează şi, în special, ale celor cu centrale telefonice, cât şi standardele minime ce trebuie atinse.

Ar fi prea mult să menţionăm aici toate acestea, drept pentru care considerăm suficiente câteva indicii şi date cu privire la ceea ce trebuie să respecte centrele telefonice germane.

Datele au fost luate din regulamentul SP 2.1 (BGI 773) al societăţilor de asigurare cu privire la obligaţiile angajatorilor din funcţiile prevăzute de VBG – Administraţia Germană a Siguranţei Muncii. La cerere, partenerilor li se poate furniza textul original al acestor specificaţii.

**Cerinţe cu privire la spaţiu**

Spaţiul trebuie să cuprindă: loc pentru mobilier, suprafeţele funcţionale ale mobilierului, zone pentru utilizatori şi pentru mobilitate (pentru a le asigura consilierilor destul spaţiu pentru desfăşurarea activităţii profesionale) şi zone de circulaţie (locuri de trecere).



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Pentru un loc de muncă individual, spațiul de lucru (biroul) trebuie să fie de minimum 1,28 metri pătrați. În plus, spațiul ocupat de scaunul cu *design* ergonomic trebuie luat și el în considerare. În diferitele țări implicate, această situație poate fi rezolvată în moduri variate.

Un aspect important este asigurarea aerisirii. Pentru fiecare angajat trebuie să existe un volum de aer de cel puțin 12 metri cubi.

**Iluminația**

Calitatea luminii are mare impact asupra performanței vizuale și a stării de bine al persoanelor. Viteza și precizia cu care sunt recunoscute detaliile depind foarte mult de lumina bună.

Lumina de la locul de muncă ar trebui să fie de cel puțin 500 lux. Când încăperea este mai mare de 400 metri pătrați, intensitatea luminii ar trebui să fie de 750 lux. Lumina directă a lămpilor de birou sau de pe tavan trebuie, de asemenea, evitată.

Specialiștii ar trebui să găsească soluții adaptate fiecărui caz.

**Temperatura**

Temperatura din încăpere va crea o atmosferă confortabilă consilierilor prin telefon. Este recomandat ca temperatura să varieze între 21 și 22 grade C, iar umiditatea relativă trebuie să fie de aproximativ 50%.

**Zgomotul**

Din moment ce consilierii prin telefon trebuie să se concentreze într-un grad înalt, de mare importanță este protecția fonică. Încă din faza planificării, o atenție specială necesită reducerea zgomotului înconjurător la un nivel minim.

Este necesar să se asigure posibilități de reducere a zgomotului în interiorul centrului telefonic.

Acest fapt poate fi realizat prin soluții simple, cum ar fi instalarea unor pereți de antifonare între diferitele compartimente de lucru. În conformitate cu regulamentele germane, nivelul zgomotului trebuie să fie sub pragul de 55 decibeli.

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## 5. Planificarea resurselor umane

Întrucât volumul apelurilor diferă de la un centru telefonic la altul, ceea ce facem noi sunt recomandări generale.

Încă din faza planificării, trebuie să se discute cum să se gestioneze fluctuațiile ocazionale în volumul apelurilor. Pentru a permite predicția unor situații, anumite date ar trebui colectate cât mai devreme cu putință:

- Perioadele cu volum ridicat al apelurilor.
- Durata medie a unui apel.
- Durata de urmărire a fiecărui apel.

Aceste date sunt importante pentru planificarea resurselor umane necesare, deoarece pe aceste baze se configurează norma fiecărui consilier.

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## 2.1.4. Managementul informațiilor și sugestii de marketing în consiliere

**Bernd-Joachim ERTELT**
*Germania*

### 1. Ce este managementul informațiilor în orientarea carierei?

În acest context, termenul "management" include atât utilizarea profesională a informațiilor despre diferitele grupuri-țintă ale orientării carierei, cât și abilitatea de a la folosi și a sprijini construirea unor rețele corespunzătoare. În plus, este necesar în consilierea prin telefon să accesăm resursele informațiilor disponibile și relevante pentru problema respectivă.

Metodologia "managementului informațiilor" include definiția și analiza nevoilor informaționale ale grupurilor țintă, evaluarea eficienței serviciilor informaționale, prezentarea informațiilor relevante pentru clienți, stabilirea și dezvoltarea sistemelor informaționale, coordonarea informațiilor și proceselor de comunicare din cadrul organizațiilor, precum și luarea în considerare a condițiilor sociale și mentale generale de procesare a informațiilor.

Studiile comparative arată că managementul informațiilor are o valoare de 20 până la 30 procente din munca practicienilor orientării carierei. (Ertelt, 2000).

Elementele managementului informațiilor sunt:

- colectarea, organizarea, pregătirea și prezentarea informațiilor relevante pentru client cu privire la carieră,
- monitorizarea sistematică a pieței informaționale, deschiderea unor surse noi de informații pentru orientarea carierei,
- adunarea și evaluarea surselor informaționale pe criterii de performanță și relevanță pentru grupul țintă,
- dezvoltarea abilității de a folosi și - dacă este posibil - de a participa la conceperea și extinderea sistemelor informaționale pentru orientarea carierei bazate pe computer sau *Internet*,



BCU IASI - CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- analiza cost-beneficiu a sistemelor informaționale media,
- marketingul informațiilor în orientarea carierei,
- etica în consiliere, cu atenție specială față de sistemele informaționale bazate pe computer sau *Internet*.

**2. Cerințe pentru un management eficient al informațiilor utilizate în orientarea carierei**

Este o caracteristică a societății informaționale moderne ca oferta de informații să depășească cererea, ceea ce înseamnă că surplusul de informații e în permanentă creștere.

Principala problemă pentru managementul informațiilor este de a nu genera mai multă tehnologie media și sisteme informaționale, ci de a vitaliza cererea de informații. Este binecunoscut faptul că nivelul calitativ al deciziilor și rezolvării problemelor, atât în societate cât și de către individ, scade când încărcătura informațională este prea mare.

Oamenii pot răspunde în diferite feluri unei supraîncărcări informaționale percepute ca atare în mod subiectiv, ceea ce conduce la așa-numitul *stress* informațional:

a) **Pachete informaționale**: informația furnizată este percepută prin rezumare în jurul anumitor termeni generici re-codați (de exemplu, prin utilizarea unor nume de mărci, prețuri sau evaluări.

b) **Omisiunea**: concentrarea asupra anumitor informații, fără perceperea restului informației.

c) **Înșiruirea**: receptorul creează un fel de șir al informațiilor în memoria sa de scurtă durată, pentru a se referi la acestea mai târziu, când va avea mai mult timp de a sorta lucrurile ce merită să și le amintească.

d) **Evadarea**: când un nivel de suprasaturație a fost atins, există riscul ca persoana să blocheze asimilarea de noi informații și practic "să se decupleze".

e) **Filtrarea**: perceperea informației furnizată prin "ochelarii" unui anumit criteriu subiectiv sau unor strategii de căutare.

f) **Abstractizarea**: înseamnă că oamenii vor percepe doar o schiță și o relație între diferite informații, însă fără detalii.

g) **Habitualizarea**: înseamnă că răspunsul la o problemă este întotdeauna bazat pe un tipar tradițional, ce face ca informația oferită pentru soluționare să devină secundară (un exemplu sunt așa-numitele principii ale birocrației: "Am făcut întotdeauna în felul acesta!", "N-am făcut niciodată în felul acesta!", "Ce-ar fi dacă fiecare ar face așa?" etc.).

Volumul tot mai mare de informații din societatea contemporană are consecințe semnificative pentru întregul comportament de comunicare, fapt ce trebuie luat în considerare în consilierea carierei prin telefon.



BCU "CENTRALA UNIVERSITARĂ" LIBRARY

1. Prezentarea informațiilor trebuie să fie din ce în ce mai stimulativă sau vitalizantă; de exemplu, informațiile furnizate să fie oferite în mod atractiv (zgomotos, colorat, mare, declanşator de emoții, surprinzător). Rezultatul este "competiția vitalizării".

2. Interesul adresantului în cursul oferirii informațiilor este superficial, el tinde să fie nepăsător şi fragmentat; lumea devine insensibilă sau chiar ostilă informațiilor.

3. Comunicarea prin imagini devine prevalentă; a gândi şi simți cu ajutorul limbajului este mai puțin atractiv, deoarece necesită o implicare cognitivă.

Lipsa vizualizării din consilierea prin telefon impune anumite cerințe. Condițiile interne ale clientului trebuie observate chiar mai de aproape, sub forma cunoştințelor anterioare, în mod special cele cu privire la modelele de activat, abilitățile cognitive şi stilul de învățare, implicarea şi, mai ales, stadiul atins în procesul luării deciziilor. În general, furnizarea informației va deveni redundantă.

Abilitatea de a echilibra oferta de informații cu cererea individuală într-o problemă anume este cerința fundamentală pentru un management informațional eficient şi eficace în orientarea carierei. Aceasta necesită un înalt nivel de capacități ale consilierului de a recunoaşte, ca un specialist, trăsăturile de bază ale individului ("condițiile sale interne") pentru a-i adapta informația.

Pe scena internă şi internațională există o abundență de tehnologie media şi de sisteme informaționale cu relevanță pentru orientarea carierei, astfel încât cu greu mai poate cineva face față acestui volum, iar tendința este de creştere pentru sistemele bazate pe computer sau *Internet*. Aceste sisteme pot fi categorisite după cum urmează:

- baze de date pentru educație, formare, oferte de formare, profesii, fişa postului,
- sisteme compatibile cu atributele individului (interese, abilități etc.) şi profile ocupaționale,
- auxiliare în luarea deciziilor pentru analiza şi promovarea opțiunilor de carieră individuală,
- programe de dezvoltare a abilităților de căutare a unui loc de muncă sau curs de formare,
- programe de autoinstruire pentru a candida la diferite locuri de muncă,
- programe de autoevaluare, care de regulă cuprind un catalog de întrebări privitoare la interese şi abilități profesionale,
- teste psihometrice de abilități, talente, interese, trăsături de personalitate (Offer, 1993; Watts, 1993).

Holling et al. (2000) include o analiză cuprinzătoare şi o evaluare a metodelor computerizate pentru luarea deciziilor în carieră.



BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Consilierea transnațională și rețelele de informare și plasare din cadrul UE cum sunt ***Euroguidance*** (rețeaua europeană a Centrelor Naționale de Resurse pentru Orientare Profesională) și ***EURES*** (rețeaua europeană a Serviciilor de Ocupare) câștigă o tot mai mare importanță pentru orientarea carierei.

În general, se poate susține că sursele și serviciile de informații bazate pe *Internet* devin tot mai semnificative pentru orientarea carierei. Acestea pot fi subdivizate în *web site*-uri integrate și independente (Sampson, 1999).

***Web site*-urile integrate** fac parte din consilierea la distanță a carierei și, de obicei, furnizează informații specifice pentru organizație, cum este tehnologia media a Serviciului Public German de Ocupare a Forței de Muncă (BA) *Mach's Richtig, ASIS, KURS* și trimiteri către alte servicii ale organizației relevante pentru consiliere. De regulă, asemenea *web site*-uri integrate sunt gratuite, chiar dacă pot conține trimiteri utile la pagini externe organizației.

Serviciile de informare, precum și cele de consiliere și plasare ce nu sunt relaționate, sunt considerate ***web site*-uri independente**. Câteva exemple:

- programe de autoevaluare,
- programe pentru mobilități profesionale,
- servicii de informații pentru carieră,
- dobândirea de noi aptitudini în cadrul firmei,
- informații oferite de universități cu privire la filierele de studiu,
- serviciile unor instituții educaționale,
- ajutor cu privire la deciziile în alegerea carierei sau re-orientare,
- oferte de locuri de muncă, incluzând descrieri ale companiei,
- "*Fit for Europe*".

Din perspectiva managementului informațiilor în consiliere, trăsătura critică este că ambele tipuri de *web site*-uri înclină să fie "conduse de ofertă"; de exemplu, se presupune că utilizatorul este capabil să-și identifice clar nevoile și să judece dacă *web site*-ul îi este de folos sau nu.

Un "sistem condus de cerere", prin contrast, va permite utilizatorului următoarele:

1) determină nevoile sale specifice,
2) selectează sursele care conduc la rezultate specifice,
3) obține informații despre modul în care se folosesc sursele pentru nevoile sale,
4) determină când este nevoie de ajutorul personal al unui consilier,
5) folosește numai acele trimiteri utile care vor ajuta în luarea deciziilor.



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

În special, aspectele enumerate indică **sarcinile** pe care managementul informațiilor de consiliere ar trebui să se concentreze în prezent și în viitor:

- să ajute la definirea problemei și la determinarea rezultatului informării individului și nevoilor de consiliere,
- să determine resursele care vor servi cel mai bine aceste nevoi,
- să verifice compatibilitatea acestor resurse cu fondul de condiții interne (cunoștințe anterioare, stil informațional, urgența deciziei, nivelul atins în procesul de soluționarea problemelor, capacitatea de a procesa informația),
- să pregătească procesul de informare a clienților, în special sub aspectul îmbinării dintre echipamentele media și intervențiile personale.

Aceasta arată că managementul informațiilor în orientarea carierei este influențat doar când procesele informaționale implicate în luarea deciziilor personale și rezolvarea problemelor sunt cunoscute și luate în seamă.

### 3. Procesele informaționale implicate în rezolvarea problemelor personale

La nivel ideal, procesele de luarea deciziilor și rezolvarea problemelor pot fi divizate într-o *fază pre-decizională, o fază decizională și o fază post-decizională*, fiecare din ele fiind caracterizate prin comportamente informaționale specifice. În fiecare caz, cele trei tipuri de informații interacționează în moduri diferite: **cunoștințele factuale** includ informații despre alternative, despre „potențialul de satisfacere" și despre modurile și probabilitățile de implementare; **cunoștințele valorice** includ criteriile derivate din percepția proprie a mediului profesional și social; **strategiile informaționale** pentru rezolvarea problemelor arată individului care informații dintre cele de mai sus ar trebui combinate și în ce fel.

Informațiile luate în considerare pentru soluționarea unei probleme specifice sunt numite **"premisele luării deciziei"**.

**Premisele factuale** includ, în principal, informații cu privire la carieră și o evaluare subiectivă a probabilității de implementare a alternativelor. **Premisele valorice** sunt susținute de interese, motivații, abilități percepute de propria persoană, influențe ale altor persoane semnificative pentru individ.

**Premisele prescriptive** includ importante metode subiective ale soluționării problemelor (Mitchell; Krumboltz, 1996):

- percepția asupra semnificației deciziei,
- determinarea realistă a etapelor cerute,
- examinarea atentă a experienței anterioare în condiții similare,



BCU CLUJ CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- dezvoltarea mai multor alternative pentru acțiune,
- colectarea informației despre aceste alternative,
- examinarea alternativelor cu ajutorul acestor criterii și respingerea alternativelor neatractive (Metzler-Burren, 2001).

Procesele implicate în deciziile de carieră s-au discutat pe larg cu mult timp în urmă, din perspectiva procesării informației cognitive și ulterior s-au investigat empiric în mod repetat. Aceasta a dus la postularea *metodologiei informației structurale* (MIS) de către Ertelt și Schulz (1997, 2002).

În mod asemănător, Peterson et al. (1996) caracterizează procesele alegerii carierei în "*Cognitive Information Processing Approach* (CIP)" (vezi și Sampson, 1999; Holling et al., 2000). Următorul desen ilustrează combinația dintre cele două abordări.

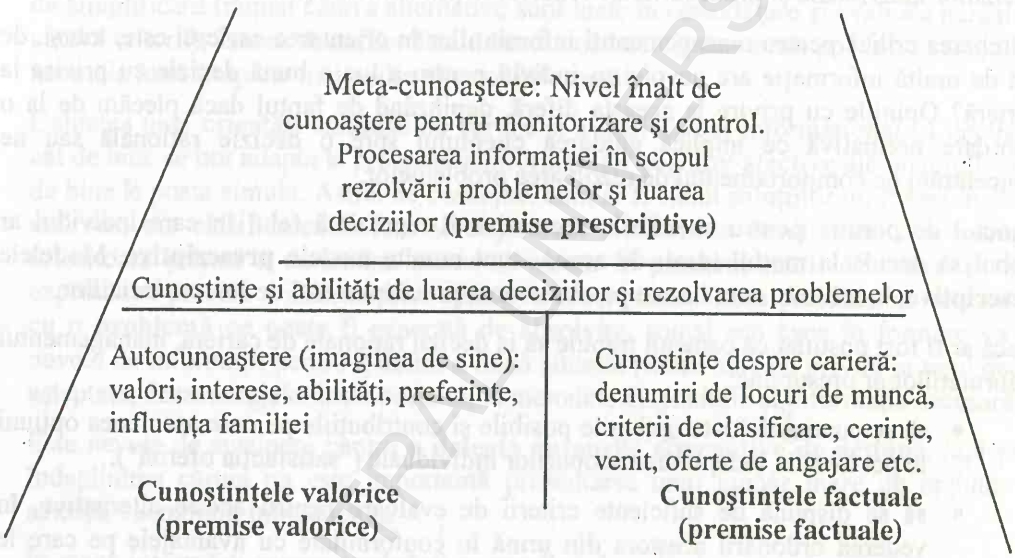



Fig. 1: Categorii de informații implicate în deciziile de carieră

Sampson et al. (1999) descrie abilitățile de luarea deciziilor ca o succesiune de cinci activități în formă circulară (Ertelt, 1992):

1. **Comunicarea:** Descoperirea faptului că există o problemă și resimțirea nevoii de a lua o decizie.
2. **Analiza:** Analizarea cauzei problemei și evaluarea propriei personalități (propria imagine) și alternativelor de rezolvare.

BCU IASI CENTRALA UNIVERSITARA LIBRARY

**3. Sinteza:** Dezvoltarea unui număr de posibile alternative de acțiune (elaborare) și, ulterior, reducerea listei la câteva opțiuni realiste (cristalizare).

**4. Evaluarea:** Cântărirea acestor opțiuni (de exemplu, decizia pentru o anumită carieră, formare, filieră de studii), în concordanță cu criteriul personal cost-beneficiu, opinia unor persoane semnificative sau a grupului cultural de referință; ierarhizarea opțiunilor și alegerea preliminară a unei alternative.

**5. Execuția:** Determinarea unui plan de execuție cu țeluri intermediare și acțiuni relaționate; implementarea planului și compararea rezultatelor cu situația inițială (prima etapă "comunicarea").

Succesiunea de acțiuni descrisă mai sus este repetată în aproape toate modelele de luarea deciziilor individuale și procedurile de rezolvarea problemelor (Ertelt, Schulz, 1997).

Întrebarea critică pentru managementul informațiilor în orientarea carierei este, totuși, de cât de multă informație are nevoie un individ pentru a lua o bună decizie cu privire la carieră? Opiniile cu privire la aceasta diferă, depinzând de faptul dacă plecăm de la o abordare normativă ce implică ghidarea clientului spre o decizie rațională sau ne concentrăm pe comportamentul de rezolvarea problemelor.

Punctul de pornire pentru abordările normative îl reprezintă felul în care individul ar trebui să decidă la modul ideal; de aceea, sunt numite modele **prescriptive**. Modelele **descriptive**, în schimb, sunt bazate pe observarea procesului real de luarea deciziilor.

Dacă ar fi fost postulat că oamenii trebuie să ia decizii raționale de carieră, managementul informațiilor ar presupune:

- să se cunoască toate opțiunile posibile și contribuțiile pe care asemenea opțiuni le pot avea la îndeplinirea scopurilor individuale ("satisfacția oferită"),
- să se dispună de suficiente criterii de evaluare pentru aceste alternative, în vederea ordonării acestora din urmă în conformitate cu avantajele pe care le aduc (percepute subiectiv) și
- să se selecteze întotdeauna alternativa care se află pe primul loc în această ordine de priorități.

Modelele de decizie prescriptivă neglijează, în mare măsură, cererile care depășesc asupra capacitatea individului de a absorbi și procesa informația, reacția la *stress*-ul informațional, conflictele și emoțiile personale, ca și influența coincidențelor sau "oportunităților" (Ertelt, 1992; Holling, 2000).

Asemenea abordări normative au, din această cauză, o valoare limitată ca fundament pentru managementul informațiilor orientate spre viitor în orientarea carierei; cu toate acestea, un mare număr de proceduri naționale și internaționale pentru orientarea carierei sunt încă bazate pe abordările normative (Holling, 2000).

**Modelele descriptive** pentru luarea deciziilor par mai adecvate pentru mediul juridic şi profesional-etic, deoarece se concentrează pe cererea personală şi pe comportamentul faţă de informaţii; Modelele descriptive sunt conduse de către client şi răspund de etapa în care acesta a ajuns cu rezolvarea problemei. De aceea, reprezintă un proces "condus de cerere", spre deosebire de cel "condus de ofertă" din modelele prescriptive.

În mod normal, problemele şi deciziile de carieră sunt de natură complexă - şi, astfel, acestea pot fi clasificate ca "situaţii slab definite". Rareori se întâmplă să existe o singură soluţie "corectă" şi un final clar previzibil sau garanţii pentru un anumit curs al acţiunii.

Procesele de luarea deciziilor sunt, de obicei, asociate cu puternice emoţii, cum ar fi presiunea problemei, *stress*-ul exercitat de informaţii, temerea de a lua decizii greşite şi o serie de îndoieli cu privire la corectitudinea alternativei alese (Peterson et al., 1996).

Modelele descriptive descriu comportamentul "euristic", persoana fiind prezentată în special în situaţii slab definite: individul abordează o soluţie pas cu pas, foloseşte strategii de simplificare (numai câteva alternative sunt luate în considerare şi evaluate numai după câteva criterii), luarea deciziilor finale fiind amânată cât mai mult posibil, în scopul de a acumula între timp cât mai multe alte noi informaţii.

Calitatea unei orientări **conduse de cerere** şi a unui sistem informaţional va depinde de cât de bine se pot adapta la procesarea informaţiilor cognitiv-afective ale unui individ, cât de bine le poate simula. Astfel de concepte, cum ar fi ciclul soluţiilor lui Peterson, descris mai sus, sau clasificarea în faze şi etape sunt instrumente de diagnosticare extrem de folositoare pentru a determina *status*-ul curent în procesul luării deciziilor şi, astfel, exprimarea precisă a informaţiilor cerute în acest punct. Orice persoană ce se confruntă cu o **problemă** ce poate fi generată de absolvire, şomaj sau eşec în formare va avea nevoie de informaţii pentru a defini o nouă situaţie pentru sine cu privire la tipul deciziei aşteptate, dezavantajele lipsei deciziei, la metodele disponibile şi informaţia necesară.

Este nevoie de susţinere pentru **a detecta cursurile alternative de acţiune**, fapt pentru îndeplinirea căruia nu este importantă prezentarea unui număr mare de opţiuni, ci o selecţie exemplară între acestea.

În etapa informării asupra **evaluării cursurilor de acţiune**, este nevoie să fim conştienţi de criteriile relevante pentru a permite decidentului să judece utilitatea unei anumite alternative în a-şi atinge ţelurile personale.

În **faza decizională**, când un curs al acţiunii este decis în final, iar clientul a făcut un angajament personal, clientul are nevoie de informaţii care să-i spună despre propria sa capacitate de a lua decizii, despre conflictele de selecţie, frica de pierderi şi viabilitatea deciziei finale.

Pentru a face faţă disonanţei pe care o întâlnim în **faza post-decizională**, trebuie furnizate informaţii descriptive, încurajatoare şi interpretative. Oricând există dubii sau greşeli, cum ar fi la începutul unui curs de formare sau într-un loc de muncă nou, sprijinul consilierului sub forma explicaţiilor este cu atât mai important, pentru a evita reacţii premature care ar periclita implementarea deciziei ca atare.

## 4. Sugestii de marketing în orientarea carierei

Evaluarea empirică a serviciilor de consiliere cu o mare preponderență a consilierii la distanță, în particular în rețelele ***Euroguidance*** și în ***EURES*** din Germania, a demonstrat că este un "gol de marketing". Golul există atât cu privire la rețelele interne, cât și la prezentarea externă atractivă și uniformă (Ertelt, Muswieck, 2000; Ertelt, Baigger, 2002).

La cele patru întrebări prezentate mai jos, trebuie să se răspundă avându-se ca reper grupurile țintă (formele de tranziție) descrise:

a) Ce tip de informație este dirijată către diferitele grupuri țintă: conținut, forme?

b) Cum și în ce ordine este activată această informație?

c) În ce moment intervine consilierul?

d) Cum se face transferul eficient de informații:

- către indivizi?
- către grupuri?

La aceste întrebări se poate răspunde în limitele conceptului de marketing informațional. În acest context, marketingul este înțeles ca un concept de management destinat schimburilor cu partenerii din interiorul și din afara organizației și cu publicul în general. Din moment ce orientarea carierei este o activitate non-comercială, avem de-a face cu un **marketing social** (Raffée, 2001).

Marketingul include crearea a patru instrumente și combinarea lor optimă pentru un "*marketing mix*". Întrebările de mai sus pot viza instrumentele de marketing, după cum urmează:

1. Politica produsului: **a)**
2. Politica de comunicare: **b)**
3. Politica de distribuție: **c)**
4. Politica prețului: **d)**

### a) Politica produsului / politica de program

Politica produsului / politica de program pentru informare în orientarea carierei se referă la următoarele decizii cu privire la informația existentă și la cea care trebuie generată:

- Ce poate și ce ar trebui să facă un produs?
- Ce cerințe specifice trebuie să îndeplinească produsul informațional?



BCU "SIC-ENTRA" UNIVERSITY LIBRARY

- Ce restricții există (financiare, echipament, drepturi de autor, resurse umane?)
- Există produse complementare sau de înlocuire?
- Cine poate produce asemenea produse informaționale?

În plus, calitatea serviciilor informaționale va fi măsurată de următoarele criterii:

- Corectitudine, acuratețe și completitudine.
- Comprehensibilitate.
- Tematică.
- Administrare facilă (acțiune).
- Relevanță pentru rezolvarea problemei individuale.
- Stimuli și motivație.
- Exclusivitate.
- Profitabilitate (raport cost / beneficiu).

Recomandăm următorul instrument de dezvoltare a noilor tipuri de servicii informaționale:

| | coborât | mediu | înalt | |
|---|---|---|---|---|
| Atractivitate pentru grupurile-țintă | 1.1 | 1.2 | 1.3 | înalt |
| | 2.1 | 2.2 | 2.3 | mediu |
| | 3.1 | 3.2 | 3.3 | coborât |
| | Eficiență pentru grupurile-țintă | | | |

Fig. 2: Profil de marketing pentru servicii informaționale

Primul pas este de a atribui serviciile și informațiile media uneia din căsuțe. Managementul informațional este cel mai interesant pentru căsuțele care arată cea mai mare diferență dintre "eficiență" și "atractivitate" (de exemplu, căsuțele 1.1 și 3.3).

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

În general, următoarele produse informaționale pot fi definite pentru grupurile țintă ale transferului de informație care ne interesează aici:

**Cei care au terminat școala și trebuie să-și aleagă o universitate**

Informații despre:

(1) Alternative și oportunități de studiu universitar:

- Filiere de studiu (conținut, durată, diplome).
- Instituțiile de educație terțiară (inclusiv rangul lor).
- Costul studiilor și burselor.
- Studii în străinătate.
- Cerințele de admitere, procedura de candidatură pentru cursuri.

(2) Alternative la studiile universitare:

- Oferte de formare profesională.
- Angajare cu "formare la locul de muncă".
- Oferte pentru cei care au renunțat la universitate.
- Locuri de muncă și situația pieței muncii.
- Proceduri de candidatură și evaluare în cadrul firmei.
- Formare profesională și munca în străinătate.

(3) Orientarea carierei și sisteme informaționale pentru alegerea carierei:

- Servicii de consiliere: orientarea carierei în școli, consilierea studenților.
- Servicii informaționale și de tehnologie media (tipărite, pe *Internet*).
- Asistență pentru plasarea forței de muncă (strategii de căutarea unui loc de muncă, agenții private de plasare, mobilități profesionale, birouri de ocupare a forței de muncă).

**Absolvenți și nou-intrați pe piața muncii**

(1) Informații de carieră:

- Cerințe ale diferitelor ocupații / locuri de muncă (abilități solicitate).
- Fișa postului de muncă în diferite firme, organizații, atmosfera de lucru.



BCU IAȘI - CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Dezvoltarea carierei, oportunități de avansare, remunerație (plată).
- Siguranța locului de muncă, riscul demiterii.
- Oferte de formare continuă.
- Potențialul de substituire al ocupațiilor.

(2) Strategii de căutare a unui loc de muncă:

- Strategii de căutare și de candidatură.
- Evaluare.
- Evaluarea anunțurilor publicitare privitoare la locurile de muncă (ziare, *Internet*, contacte personale).
- Munca în străinătate.
- Flexibilitate și mobilitate.
- Oportunități de câștigare a experienței (de exemplu, stagii neplătite, slujbe de vacanță, perioade petrecute în străinătate).

(3) Autoevaluare:

- Programe de autoevaluare (interese, capacități).
- Programe de asistență în luarea deciziei.
- Teste psihometrice pentru capacități, talente, interese, trăsături de personalitate.
- Sisteme de potrivire între trăsăturile de personalitate și profilul postului.

(4) Programe de asistență în domeniul plasării forței de muncă:

- Baze de date cu oferte de instruire, locuri de muncă.
- Plasare în străinătate.
- Plasare în locuri de muncă (publice, private, media).

**Persoanele aflate în căutarea unui loc de muncă (persoane neangajate și persoane care solicită recalificare profesională)**

- Mobilități profesionale prin *Internet*.
- Strategii active de căutare a unui loc de muncă.
- Analiza sistematică a ziarelor cu anunțuri de locuri de muncă.

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Programe pentru şomerii de lungă durată.
- Mobilitate şi flexibilitate.
- Potenţialul de substituire al ocupaţiilor.
- Oportunităţi pentru autoangajare (crearea unei firme).
- Angajare cu jumătate de normă, anunţuri prin telefon.
- Muncă temporară.
- Muncă neplătită sau de caritate (în asociaţii, biserici, partide politice, sindicate etc.).
- Formare continuă sau recalificare profesională (oportunităţi, finanţări, perspective pe piaţa muncii).

**Persoane ameninţate de concediere din actualul loc de muncă**

- Oportunităţi de formare profesională adaptativă.
- Determinarea potenţialului unui individ (de exemplu: *Centre Bilan de Compétence* din Franţa).
- Orientare profesională: structura pieţei muncii, rotaţia locuri de muncă, muncă în regim de program redus, an sabatic.
- Consultanţă şi informare pentru întreprinderi (în special cele mici şi mijlocii) din partea agenţiilor de ocupare a forţei de muncă, pentru prevenirea concedierilor sau plasare externă.

Sugerăm să se înceapă cu introducerea separată a serviciilor informaţionale citate în profilele de marketing pentru fiecare grup ţintă, cu dezvoltarea de strategii adecvate.

Al doilea pas constă în ordonarea acestor servicii (inclusiv a grupurilor ţintă) în alt profil, pentru a facilita decizia cu privire la **priorităţile politicii de afaceri** pentru managementul informaţional.

**b) Politica de comunicare**

Cum am afirmat mai înainte, oferta informaţională creşte mai repede decât cererea informaţională în societatea modernă, conducând la o suprasaturaţie de informaţii. Aceasta are consecinţe dramatice pentru managementul informaţiilor în orientarea carierei şi plasarea forţei de muncă, după cum urmează:

- puterea de a anima prezentarea informaţiei trebuie continuu crescută, ceea ce rezultă într-o "competiţie de vitalizare" între sisteme,



BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- interesul grupurilor ţintă în informaţie, respectiv "implicarea" lor descreşte, informaţia se înregistrează cu mai multă nepăsare, fragmentar sau deloc şi, ca măsură extremă, informaţiile pot fi respinse în bloc,
- semnificaţia comunicării vizuale creşte, făcând ca gândirea şi sentimentele declanşate de limbaj să fie mai puţin atractive, deoarece presupune implicare cognitivă mai mare din partea individului.

În politica de comunicare a managementului informaţiilor este vorba despre modul în care poate fi atrasă atenţia grupurilor ţintă către serviciile informaţionale şi cum pot fi făcute acestea să le accepte.

Pe lângă abilităţile de recunoaştere profesională a condiţiilor interne ale individului (cunoştinţele anterioare, stilul informaţional, capacitatea de învăţare, *status*-ul atins în procesul rezolvării problemelor), consilierului îi sunt necesare abilităţi de utilizarea metodelor din publicitate şi relaţii publice.

Prin politica de comunicare, clientul va fi convins că serviciile de orientarea carierei sunt dispuse şi capabile să îi procure informaţii specifice pentru a rezolva problema sa în dozajul anume pe care acesta este dispus şi funcţionează după modele care cer o alimentare specifică în ceea ce priveşte întinderea şi procedura receptorului, cum ar fi cazul conceptului prescriptiv al "deciziei raţionale".

Modelele descriptive ale procesului rezolvării problemelor par mai potrivite în promovarea orientării carierei, deoarece sunt ghidate de comportamentul informaţional al individului şi întâlnesc potenţialul destinatar în punctul din procesul luării deciziei pe care acesta se întâmplă să-l fi atins în acel moment. În plus, modelele descriptive accentuează comportamentul "euristic" pe care oamenii îl manifestă caracteristic în situaţii slab definite: individul abordează o soluţie pas cu pas, folosind strategii de simplificare, ia în considerare numai câteva alternative şi criterii de evaluare, iar deciziile finale conexe sunt amânate cât mai mult posibil, cu scopul de a se adapta oricărei noi informaţii.

Promovarea comunicării din cadrul serviciilor informaţionale de orientarea carierei către potenţiali clienţi trebuie de asemenea să accentueze capacităţile lor pentru fazele pre-decizională, post-decizională şi decizională. Clientul va fi implicat numai dacă se poate aştepta să primească informaţii despre fapte, criterii şi proceduri (procesul informaţional) ce se potrivesc etapei decizionale.

Vedem nevoia de cercetare în marketingul informaţional al orientării carierei în diferitele metode de percepere a informaţiei de către clienţii introvertiţi sau extravertiţi sau clasificaţi conform teoriei lui Holland.

În concluzie, este corect să afirmăm că sistemele informaţionale conduse de cerere sunt mai compatibile decât cele care promovează cu succes serviciile către clienţi.

BCU "ION CREANGĂ" UNIVERSITY LIBRARY

**c) Politica de distribuție**

Politica de distribuție presupune ca diferitele "produse" şi servicii să fie disponibile pentru diferitele grupuri țintă la momentul potrivit, în locul potrivit, în cantitatea potrivită şi în modul potrivit.

**Metoda directă** este comunicarea directă dintre grupurile țintă şi consilier sau instituția de consiliere.

**Metoda indirectă** este comunicarea prin şcoli, universități, asociații, comunități bisericeşti etc. (realizată, de exemplu, printr-un facilitator).

Momentul în timp când un consilier ar trebui să devină direct implicat în procesele de informare, depinde de progresul clientului în luarea deciziilor. Sampson (1999) vede aceasta ca pe un factor cheie pentru utilizarea sistemelor informaționale. În consecință, asistența directă ia forma cerută de următoarele dificultăți personale:

O persoană:

- este incapabilă de a defini clar problema şi de aceea nu îşi poate determina nevoile sale informaționale,
- nu ştie destul despre informațiile disponibile,
- este copleşită de volumul informațiilor disponibile,
- este incapabilă de a filtra informația necesară pentru nevoile sale,
- este nesigură de modul în care să aplice informația pentru a rezolva o anumită problemă,
- este incapabilă de a înțelege sistemul din spatele informației oferite,
- nu are acces la resursele corespunzătoare ale informației oferite,
- devine frustrată şi întrerupe prematur contactul cu sistemul informațional.

Când media şi sistemele computeriale sunt folosite sistematic, susținerea consilierului este necesară pentru o distribuție optimă a informației şi o combinare a metodelor directe şi indirecte. Mai mult, este nevoie de o cercetare intensivă în euristica utilizatorilor.

Rezultatele studiilor empirice sugerează că întrebări ca "Media tipărită *versus Internet*?" sau "Poate fi înlocuită informația personală din orientarea carierei cu autoservirea?" sunt puse greşit. Se impune nu gândirea la alternative, ci completarea, care depinde de starea internă a solicitanților de consiliere.

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Următoarea matrice este de ajutor pentru a înțelege **distribuția indirectă** a informațiilor de carieră (Bruhn, Tilmes, 1994) și la definirea relației dintre orientarea carierei și potențialii parteneri de pe piața informațiilor.

| | Coordonare | Cooperare | Conflict |
|---|---|---|---|
| Facilitator | *Țintă Reală* | *Țintă Reală* | *Țintă Reală* |
| Liderii de opinie din grupurile țintă | *Țintă Reală* | *Țintă Reală* | *Țintă Reală* |
| Competitori | *Țintă Reală* | *Țintă Reală* | *Țintă Reală* |

Fig. 3: Relația cu potențialii parteneri de pe piața informațiilor.

Persoanele sau instituțiile și tipul cooperării cu ele sunt inserate în căsuțe (**Reală** = cum este acum și **Țintă** = cum ar trebui să fie în viitor).

**d) Politica prețului: politica recompensării**

„Politica prețului", în marketingul social denumit "politica recompensării", determină condițiile materiale pentru furnizarea serviciilor informaționale către grupurile țintă.

Trebuie făcută distincția între recompensări monetare și non-monetare (Beilmann, 1995):

- Recompensarea directă, plătită ca preț (de exemplu, onorariile pentru orientarea carierei, taxe de școlarizare la universități).
- Recompensarea directă imaterială (de exemplu, satisfacția personală a unui client cu privire la serviciul informațional de orientarea carierei, alegeri reușite).
- Recompensarea indirectă cu privire la costuri (de exemplu, taxele sau contribuțiile cu privire la costul furnizării informației ca parte a serviciilor publice de orientarea carierei).
- Recompensarea indirectă imaterială (de exemplu, imaginea publică pozitivă a orientării carierei, relevanța economică și socială a serviciilor informaționale ale agențiilor de ocupare a forței de muncă).

Evaluarea serviciilor informaționale la un anumit "preț" este o condiție esențială pentru utilizarea cu eficiență economică a resurselor.

Un număr de țări, inclusiv Germania, oferă gratuit servicii de orientarea carierei. Totuși, trebuie înțeles faptul că în societatea noastră prețul reflectă "valoarea" bunurilor și serviciilor și, astfel, contribuie la o folosire chibzuită a acestor resurse. Mai mult, prețul



BCU CLUJ CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

poate amplifica implicarea unei persoane, în special pentru că informațiile utilizate în orientarea carierei sunt relativ exclusive (nu sunt disponibile tuturor și în orice cantitate), iar acest fapt poate ameliora eficiența acestora.

A aduce lucruri gratuite la dispoziția oamenilor nu este întotdeauna sinonim cu un mandat social. De aceea, în special serviciile publice de recrutare și orientarea carierei trebuie să găsească anumite căi de a garanta folosirea eficientă și eficace a serviciilor cu ajutorul unei politici de recompensare.

**Câteva sugestii pentru marketingul informațional**

Următoarele sugestii pot fi făcute pentru marketingul informațional în orientarea carierei:

1. Adaptarea informației furnizate la nevoile informaționale ale grupurilor țintă și explicarea flexibilității unei astfel de oferte.

   **Aceasta înseamnă:** Cercetarea empirică sistematică (euristică) a comportamentului utilizatorului.

2. Segmentarea pieței după problemele deciziei în carieră ale grupurilor țintă.

   **Aceasta înseamnă:** Colectarea empirică a chestiunilor și informațiilor despre managementul carierei.

3. Adaptarea informației furnizate la comportamentul tipic al solicitanților de consiliere din grupurile țintă.

   **Aceasta înseamnă:** Identificarea unor astfel de solicitanți de consiliere în interiorul grupurilor țintă.

4. Îmbunătățirea cooperării între producătorii și consumatorii de informație.

   **Aceasta înseamnă:** Organizarea de seminarii comune pentru dezvoltare, introducerea interacțiunii sistematice.

5. Identitate corporatistă a furnizorului de informații (agenție de ocuparea forței de muncă, serviciile de orientarea carierei).

   **Aceasta înseamnă:** Crearea unui climat de încredere în organizație ca o condiție esențială pentru transmiterea aceluiași mesaj și în exterior.

6. Organizarea de departamente pentru consumatori în cadrul organizației furnizoare de informații (agenție de ocuparea forței de muncă, serviciile de orientarea carierei).

   **Aceasta înseamnă:** Crearea de proceduri sistematice pentru colectarea reacțiilor grupurilor țintă cu privire la furnizorul de informații (de exemplu, sub forma unor linii telefonice de profil).



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## 5. Concluzii pentru dezvoltarea viitoare a managementului informațiilor în orientarea carierei

Descoperirile comune ale cercetării noastre cu privire la informarea necesară luării unei decizii cu privire la carieră sugerează următoarele:

1. În zilele noastre, principala sarcină este de a vitaliza cererea de informații și controla evoluția discriminatorie a informațiilor oferite.
2. Pentru a fi conduse de cerere, serviciile trebuie să prezinte următoarele trăsături:
   - Să fie capabile de adaptare la probleme particulare (sub forma calității soluției informaționale, posibilități sofisticate de accesare a informației generale și detaliate, luarea în considerare a stadiului în luarea deciziei).
   - Să aibă o interfață "prietenoasă" cu utilizatorul (luarea în considerare a cunoștințelor anterioare, limbajului, abilității de a învăța, obiceiurilor personale de învățare, euristicii de căutare, deprinderilor de utilizare a sistemelor informaționale).
   - Serviciile să fie stimulative și motivante pentru a fi folosite, să ofere asistență în evaluarea succesului personal (asimilarea / rezultatul efortului informațional trebuie să fie satisfăcător din punct de vedere subiectiv), construirea unei imagini.
   - Implicarea sistematică a utilizatorilor în dezvoltarea tehnologiilor media (dezvoltare și evaluare).
3. Elementul cheie pentru cererea de informații este, fără îndoială, stadiul atins în procesul luării deciziilor de către individ. Mulți consilieri nu iau suficient în considerare acest element sau îl văd chiar contra-productiv. Aceasta se poate datora unor concepte cu privire la procesele managementului în carieră, influențate de modele de proces normativ și rațional sau care exagerează interesele și preferințele clientului, pe care clientul nu le percepe în același fel.
4. În ceea ce privește oferta, înlănțuirea, transparența și comparabilitatea informației trebuie aduse mult îmbunătățiri. Cele mai necesare sunt sistemele etapizate, capabile de adaptare la utilizator în amplitudinea și detaliul lor. Pentru o dezvoltare ulterioară, euristica utilizatorului trebuie sistematic înregistrată.
5. Trebuie găsite forme speciale de marketing informațional, în special cele care includ aspecte transnaționale și multiculturale pentru a depăși obstacolele întâlnite în folosirea serviciilor de consiliere și informare. Aceasta afectează politica produsului, comunicării, distribuției și recompensării.
6. Studiile arată în mod clar semnificația sfatului personal atunci când se folosesc serviciile informaționale. Acesta cere calificări speciale în managementul informațional condus de cerere, pe baza standardelor comune europene.

BCU "IOAN SLAVICI" UNIVERSITY LIBRARY

## Bibliografie


Beilmann, M. (1995). *Sozialmarketing und Kommunikation.* Neuwied (Luchterhand).

Bruhn, M.; Tilmes, J. (1994). *Social Marketing - Einsatz des Marketing für nichtkommerzielle Organisationen.* Stuttgart (Kohlhammer), 2nd. Edition.

Ertelt, B. J. (2000). *Materialien zur Qualifizierung von Fachkräften für Berufsberatung im europäischen Kontext.* In: IBV 45/2000, p. 4715-4737.

Ertelt, B J.; Schulz, W. E. (1997). *Beratung in Bildung und Beruf.* Leonberg, Rosenberger.

Ertelt, B. J.; Schulz, W. E. (2002). *Handbuch Beratungskompetenz.* Leonberg, Rosenberger.

Ertelt, B. J.; Muswieck, W. (2000). *Berufsberatung und Europa-Evaluierung des Netzwerkes der Europäischen Berufsberatungszentren (EBZ).* In: Informationen für die Beratungs- und Vermittlungsdienste (IBV) 40/2000, p. 4213-4232.

Ertelt, B. J.; Baigger, D. (2002). *Evaluation des Europäischen Vermittlungsangebotes EURES der Bundesanstalt für Arbeit.* In: IBV, 43/2002, p. 2915-2926.

Holling, H.; Lüken, K. H.; Preckel, F.; Stotz, M. (2000). *Berufliche Entscheidungsfindung.* BeitrAB 236 (IAB/BA).

Metzler- Burren, Ch. (2001). *Grundlagen zur Untersuchung der beruflichen Telefonberatung.* (Diplomarbeit/NABB-5) Universitäten Bern, Freiburg, Zürich.

Mitchell, L. K.; Krumboltz, J. D. (1996). *Krumboltz's Learning Theory of Career Choice and Counselling.* In: Brown, D.; Brooks, L. and Ass., Career Choice and Development, Third Ed., San Francisco (Jossey-Bass), p. 233-280.

Offer, M. (1993). *Entwicklungen auf dem Gebiet der Beratungssoftware von Cambridge bis Nürnberg (1989 - 1992).* In: BA (Hrsg.) Dritte Europäische Konferenz über Computer in der Berufsberatung, Conference Proceedings, Nürnberg, p. 33-41.

Peterson, G. W.; Sampson Jr., J. P.; Reardon, R. C.; Lenz, J. G. (1996). *A Cognitive Information Processing Approach to Career Problem Solving and Decision Making.* In: Brown, D., Brooks, L. and Ass., Career Choice and Development, San Francisco: Jossey - Bass, 3rd. ed., 423-475.


BCU LAUSANNE UNIVERSITY LIBRARY

Raffée, H. (2001). *Marketing*. In: Evangelisches Soziallexikon, hrsg. v. M. Honecker et al, Köln (Kohlhammer), p. 988-994.

Sampson, P. S. (1999a). *Effective Design and Use of Internet-Based Career Resources and Services: A North American Perspective*. In: AIOSP, Bulletin 63/1999, p. 4-11.

Sampson, J. P. (1999b). *Integrating Internet-Based Distance Guidance with Services Provided in Career Centers*. In: J. The Career Development Quarterly, Sept. 1999, p. 234-254.

Sampson, J. P.; Lenz, J. G.; Reardon, R. C.; Peterson, G. W. (1999c). *A Cognitive Information Processing Approach to Employment Problem Solving and Decision Making*. In: J. The Career Development Quarterly, Sept. 1999, p. 3-18.

Watts, A. G. (1993). *Soziometrische Aspekte computerunterstützter Berufsberatung*. In: BA (Hrsg.), Dritte Europäische Konferenz in der Berufsberatung, Conference Proceedings, Nürnberg, p. 23-32.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## 2.2. Procesul de consiliere

**Angela SELL**
*Germania*

### 2.2.1. Structuri conversaționale

Salutul

Este important ca salutul să fie bine articulat și să exprime faptul că interlocutorul dorește să comunice. Solicitantul nu este încă familiarizat cu vocea dumneavoastră și are nevoie de o scurtă perioadă de timp (2-3 secunde) să se adapteze la acest mod nou de vorbire.

De aceea, trebuie să începeți prin a saluta cu: „Bună dimineața / Bună ziua", apoi să vă prezentați, spunând:

- Mă numesc "prenumele, numele de familie."

sau

- Sunt "prenumele, numele de familie."

sau

- La telefon "prenumele, numele de familie."

Trebuie să fiți sigur că numele dumneavoastră a fost într-adevăr înțeles și că în mintea clientului începe să se formeze o imagine pozitivă. Orice imagine pozitivă reprezintă, în același timp, un semn bun despre competența dumneavoastră și a angajatorului. Prin urmare, depinde de dumneavoastră dacă veți influența imaginea deja formată a serviciului oferit în momentul în care salutați pe cineva la telefon.

- "Bună dimineața, numele meu este Bond. James Bond."
- "Bună dimineața, numele meu este Bond."
- "Bună dimineața, la telefon James Bond."

Apoi încercați imediat să rețineți numele solicitantului și să-l notați. Dacă acest lucru nu este posibil, este util să întrebați **imediat**, astfel că veți avea următorul tip de conversație.



BCU IAȘI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- "Scuze, nu v-am reținut numele. Ați putea să-l repetați?"
- "Scuze, ați putea să repetați numele dumneavoastră, pentru a mă adresa corect?"

Evitați solicitările în această etapă a conversației. Ar putea părea similare unor ordine → Prin urmare, nu utilizați formula: "Repetați numele dv., vă rog."

Nu vă grăbiți să spuneți ceva de genul:

"Care era numele dumneavoastră?" → Numele reprezintă o persoană, iar persoana împreună cu numele ei sunt încă în viață.

"Cu cine vorbesc?" → Bineînțeles că vorbiți cu o persoană!

Adresarea corectă către solicitant

Adresați-vă solicitantului pronunțându-i corect numele. În cazul în care alte informații (posibil cele scrise) vă aduc la cunoștință că solicitantul deține un titlu academic, atunci includeți și această formulă în adresare. Este o chestiune de politețe; în Germania, posesorul unui astfel de titlu este îndreptățit la o astfel de formulă de adresare. Desigur, faptul poate fi diferit în alte țări.

Amintim că numele reflectă personalitatea; utilizați-l respectuos, chiar dacă numele solicitantului sună ciudat pentru dumneavoastră.

Identificarea preocupărilor și nevoilor

Motivația solicitantului

Orice decizie, indiferent dacă este o necesitate sau doar o dorință este bazată pe o motivație. De aceea, succesul în consiliere va depinde în mare măsură de modul în care veniți în întâmpinarea motivațiilor solicitantului.

Care sunt motivele cel mai des întâlnite?

| Motive: | Se manifestă prin: |
|---|---|
| Avantaje financiare | Întreabă imediat despre preț. |
| Comoditate | Dorește să primească informațiile prin *Internet*, telefon, *e-mail*, într-un mod comod. |
| Prestigiu, imagine | Este preocupat de aspectul său în exterior; ce doză de prestigiu denotă aceasta? |
| Noi descoperiri | Este mai curios decât alte persoane. |

BOJAI ASICEITAL UNIVERSITY LIBRARY

| | |
|---|---|
| Simpatie | Doreşte să vină în ajutorul altora, este preocupat de ceilalţi. |
| Bunăstare fizică | Doreşte informaţii despre efectele biologice sau medicale / efecte secundare ale produsului. |
| Siguranţă | Cum pot să fiu sigur că fac ce e mai bine? |
| Tradiţie | Întotdeauna s-a procedat în acest fel. |
| Frică | Nu vreau să mă fac de râs sau sunt oare capabil? |
| Bucurie | Aproape toate motivele o includ. |
| Acceptare şi respect | Ce vor spune vecinii, prietenii, colegii etc.? |

Imediat ce aţi identificat nevoile şi motivele solicitantului aveţi o bază pentru a veni în întâmpinarea acestor nevoi şi pentru a identifica dorinţele, care sunt atât de importante în procesul de consiliere. În această etapă trebuie să începeţi să vă gândiţi la persoanele care caută îndrumarea dumneavoastră şi care sunt partenerii dumneavoastră de discuţie. Ce anume îi motivează? Cum puteţi afla acest lucru despre ei?

Utilizaţi tehnicile de chestionare.

Tehnici de chestionare în consiliere

Mulţi consilieri sunt persuasivi şi înzestraţi din punct de vedere al retoricii. Cu toate acestea, ei vor avea un succes limitat în cazul în care ignoră principiul "Cel care întreabă conduce".

Avantajele tehnicilor de interogare pentru consilier:

- Direcţionează convorbirea.
- Păstrează poziţia de lider.
- Demonstrează angajarea consilierului.
- Stabileşte motivele.
- Se câştigă timp (mai ales în situaţiile stânjenitoare).
- Localizează din timp obiecţiile.
- Creează ocazia construirii unei relaţii de încredere.
- Poate răspunde mai uşor la comentariile irelevante şi inutile.

BCU IASI CENTRALA UNIVERSITY LIBRARY

Întotdeauna începeți procesul de consiliere cu **întrebări de deschidere.**

- I-ați oferit solicitantului ocazia să-şi descrie problema sau cererea cu cuvintele sale?

Aşa cum este menționat în descrierea lor, aceste întrebări îl fac pe solicitant să devină mai deschis şi lasă loc pentru răspunsuri. Aceasta vă va oferi dumneavoastră informațiile necesare pentru consiliere.

Opusul tipului de întrebări menționate mai sus sunt **întrebările închise;** sintaxa acestora permite numai răspunsuri de tip "da" sau "nu". Aceste întrebări ajută la direcționarea informației furnizate, de exemplu în cazul solicitanților indecişi sau vorbăreți.

- Atenție! Utilizați întrebările închise doar pentru clarificarea detaliilor, altfel solicitantul va avea impresia că este interogat.

Exemple:

| **Întrebări deschise:** | **Întrebări închise:** |
|---|---|
| Care sunt obiectivele dumneavoastră? | Vă gândiți la un obiectiv anume? |
| Cât de flexibil sunteți? | Sunteți maleabil? |
| Ce limbi străine ştiți? | Ştiți vreo limbă străină? |
| Ce ar trebui să presupună activitatea dorită? | Aveți idee despre ce tip de activitate doriți să efectuați în viitor? |

După cum vedeți, întrebările deschise vă vor oferi mai multă informație de care aveți nevoie în consiliere, într-un mod personalizat.

- Asigurați-vă că înțelegeți problemele solicitantul înainte de a-i furniza informațiile sau serviciile aşteptate.

Exemple:

"Dacă am înțeles corect, dv. doriți să... ?"

"Doar ca să fiu sigur că am înțeles, doriți să..."

Este foarte important ca solicitantul să simtă că eforturile dumneavoastră sunt îndreptate către el. Puteți să inspirați acest sentiment cel mai bine prin:

a) Asumarea unei **perspective de tip "TU"** şi

b) prin **scoaterea în evidență a avantajelor.**



BCU ASICENTRALĂ UNIVERSITY LIBRARY

Perspectiva de tip "TU" va face ca procesul de consiliere să fie mai personalizat. Discutați cu o persoană distinctă și chiar faceți ceva pentru această persoană.

| Perspectiva de tip „TU" | Forma generală și impersonală |
|---|---|
| "Voi verifica baza de date pentru a vedea ce ar fi mai potrivit **pentru dumneavoastră**." | "Voi verifica baza de date pentru a vedea ce ar fi mai potrivit în acest caz." |
| "Voi întreba **pentru dumneavoastră**." | "Voi întreba pe cineva." |

Scoaterea în evidență a avantajelor prezintă solicitantului toate rezultatele dorite pe care în mod precis le va extrage din oferta dumneavoastră în funcție de dorințele (motivele) sale.

Exemple:

"**Pentru dumneavoastră** formarea într-o instituție publică are avantajul că **veți** primi o diplomă recunoscută la nivel național (internațional)."

"Efectuarea studiilor la Sorbona **vă** va ajuta să **vă** îmbunătățiți cunoștințele de limbă franceză. În același timp **veți** primi o diplomă universitară recunoscută pe plan internațional."

Scoaterea în evidență a avantajelor reprezintă **relaționarea** unui **verb** cu un mod de adresare către client prin adăugarea formulelor de tip "**tu/dumneavoastră**" sau "**al tău/al dumneavoastră**".

Următoarele exemple arată cum caracteristicile unui produs / situație sunt relaționate cu obiectivele dorite prin scoaterea în evidență a avantajelor.

| | | |
|---|---|---|
| Vă va face să... | Vă va conduce la... | Este util pentru dv. să... |
| Vă va majora șansele de... | Vă va oferi... | Înseamnă că dv. nu trebuie să... |
| Înseamnă pentru dv. ... | Vă salvează de la... | Face posibil ca dv. să... |
| Subliniază că... | Este ușor pentru dv. să... | Vă reduce... |
| Vă garantează că... | Vă ajută să... | Vă consolidează... |
| Vă extinde... | Vă permite să... | Vă acordă... |
| Vă creează... | Vă îndreptățește să... | Veți obține... |
| Vă asigură că ... | Vă va conduce la... | Vă va susține... |



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Încheierea conversației

În plus față de tehnicile de interogare aveți nevoie să stăpâniți foarte bine o tehnică de încheiere a conversației pentru a obține cele mai bune rezultate în consiliere.

Următoarele s-au dovedit a fi tehnici de încheiere eficiente:

**a. Întrebări de tip "da"**

Puneți întrebările la care solicitantul vă va răspunde afirmativ, deoarece acestea reflectă ambițiile sale.

Exemplu:

| Întrebările dumneavoastră | Răspunsurile solicitantului |
|---|---|
| Am înțeles eu bine că vă gândiți la o diplomă recunoscută pe plan internațional? | Da |
| Știți limba franceză mai bine decât engleza? | Da |
| Sunteți flexibil și dinamic? | Da |
| În acest caz, un curs de pregătire în Franța ar fi lucrul cel mai potrivit pentru dumneavoastră. | Da |

**b. Recomandări**

"Pe baza preferințelor dumneavoastră v-aș recomanda XX. Anul trecut am auzit multe chestiuni pozitive despre..."

**c. Rezumare** (vezi și Tehnici de chestionare)

"Dați-mi voie să fac un scurt rezumat: doriți să vă angajați într-o țară de limbă engleză. În acest scop, un curs de formare profesională specifică..."

"Dacă v-am înțeles corect, domnule Popescu, ați dori să lucrați în Belgia anul viitor, după terminarea studiilor și..."

**d. Alternative**

"Ați prefera să învățați o limbă străină în țara în care locuiți sau mai degrabă în țara în care se vorbește limba respectivă, înainte de a vă relua studiile?"

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

"Aveți în vedere studii universitare la zi sau o combinație între cursurile cu frecvență parțială și cursuri la distanță?"

Tehnicile de încheiere prezentate mai sus trebuie adaptate la situațiile specifice întâlnite. În oricare dintre cazuri, acest tip de direcționare a conversației reprezintă o comunicare personalizată care vă va ajuta să propuneți o altă direcție a convorbirii într-un mod plăcut.

### 2.2.2. Reguli în situații specifice

Cum să facem față dificultăților de comunicare

Un nume reprezintă o anume personalitate și o persoană vie, drept pentru care nu vă adresați niciodată la timpul trecut în cazul în care nu ați înțeles bine numele solicitantului.

**NU SPUNEȚI:**

"Care **era** numele dumneavoastră?"

**SPUNEȚI:**

"Cum vă numiți?" sau

"N-am reținut numele dumneavoastră. Puteți să-l repetați, vă rog?"

**NU SPUNEȚI:**

"Cu cine vorbesc?"

**Motiv:** Cu o persoană, desigur, cu cine altcineva?!

**SPUNEȚI:**

"Scuze, n-am reținut numele dumneavoastră. Puteți să-l repetați, vă rog?"

Notă: Întrebările imprecise antrenează răspunsuri imprecise!

**NU SPUNEȚI:**

"Va trebui să-mi spuneți numele pe litere!"

"Puteți să-mi spuneți numele pe litere, vă rog?"

**Motiv:** Formulați-vă întotdeauna solicitările ca întrebări. Altfel, ele ar putea suna a **comenzi!**



BCU IAȘI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**SPUNEȚI:**

"Puteți să-mi spuneți numele dumneavoastră pe litere, astfel încât să mă pot adresa dv. corect?"

Ce e de făcut când un solicitant nu a reținut numele **dumneavoastră**?

**Evitați să păreți iritat sau nerăbdător în timp ce vă repetați numele**

sau să vă subliniați numele excesiv.

**Motiv**: Acest lucru irită solicitantul și pledează împotriva dumneavoastră (pentru că v-ați pronunțat numele neinteligibil).

*Pentru a fi mai sigur și a nu vă precipita, este recomandabil să notați numele.*

**De evitat cu orice preț!**

***Să vă îndoiți de credibilitatea solicitantului spunând lucruri cum ar fi:***

- Nimeni nu s-a plâns vreodată de asta!
- Cine v-a spus prostia asta?
- Sunteți primul care s-a plâns vreodată de asta!
- Asta e pur și simplu imposibil! (făcându-l pe solicitant mincinos)

***Să-l admonestați folosind expresii cum ar fi:***

- Ce vă tot supărați?!
- Dacă ați fi citit documentele cu atenție, ați fi știut că...
- Nu e corect ceea ce spuneți dumneavoastră.
- Punctul dumneavoastră de vedere este cam demodat.
- Ei, terminați acum cu asta!
- Stați, spuneți-mi numărul de ordine întâi!
- Ehei, dacă toți și-ar dori asta!
- Cine vă credeți?!

BCU IAȘI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

*Să dați vina pe ceilalți spunând:*

- Nu e vina dumneavoastră!
- Nu este responsabilitatea mea.
- Va trebui să vă plângeți la organizatori!
- Nu pot să fac nimic în această privință, acestea sunt instrucțiunile de la nivelul conducerii!

*Cu ajutorul următoarelor afirmații pozitive veți lăsa o impresie foarte bună:*

- Vă veți descurca cu siguranță să...
- Aceasta vă va îmbunătăți șansele.
- Ceea ce spuneți dumneavoastră este exact ceea ce cred și eu...
- Înțeleg.
- Dacă faceți asta, atunci ați putea și să...
- Aceasta va avea următorul avantaj...
- Este foarte interesant ce spuneți...
- Aceasta vă va conduce mai repede la...

*Așteptările solicitantului din partea dumneavoastră:*

- 99% - informații prompte, în cazul în care nu îi puteți stabili o întâlnire cu dumneavoastră.
- 94% - să reveniți cu telefonul promis în 24 de ore.
- 94% - rezolvarea unei plângeri în decurs de o săptămână.
- 92% - tratament individualizat.
- 83% - să fiți găsit prin intermediul unui apel telefonic.
- 81% - un nivel de calitate excelent al serviciilor și disponibilitate de a ajuta.

*Cercetare:* Kurt H. Thieme / Wolfgang Steffen. *Call Center, Der professionelle Dialog mit dem Kunden.*

BCU IAȘI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Solicitanți dificili

De fapt, **nu există solicitanți dificili**, aceştia sunt doar:

- pretenţioşi,
- vagi,
- nesiguri,
- ignoranți.

Cel mai bun mod de a interacționa cu aceştia este prin a pune întrebări precise. Evitați neînțelegerile şi parafrazarea solicitării cu cuvintele dumneavoastră.

Exemplu:

- "Doar ca să fiu sigur că am înțeles, doriți să..."

Metoda de direcționare prin întrebări de tip "da" este, de asemenea, foarte potrivită. În acest fel puteți face solicitantul să creadă cererile sale au fost deja analizate.

Indiferent de situație - rămâneți calm şi aveți răbdare. În cazul în care solicitantul refuză o conversație constructivă (de exemplu, prin comentarii ne-adecvate, țipete, insulte) întrebați unde anume ați procedat greşit.

Exemple:

- "Cu ce anume credeți că am greşit de mă insultați în acest mod?"
- "Dacă ați fi fost în locul meu, cum ați proceda acum?"

În mod cert, este foarte solicitant să vă mențineți calmul în astfel de situații, dar este cel mai bun mod de a evita escaladarea acestora.

În final, puteți oricând propune, foarte calm, să continuați conversația altădată sau să transferați convorbirea unui alt coleg.

Primirea sau transmiterea informațiilor nesatisfăcătoare

Cât de bine şi clar puteți să explicați chestiuni complexe unor clienți care nu sunt specialişti?

BCU IAȘI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Utilizați termeni tehnici şi cuvinte străine numai dacă sunteți sigur 100% că solicitantul le cunoaşte. Altfel explicați aceşti termeni, însă fără a ține prelegeri.

Exemplu:

- "Întâi completați formularul B 12-A-15. Este foaia verde pe care ați primit-o prin poştă."

Nu dați explicații lungi, ci limitați-vă la acele elemente de care solicitantul are nevoie sau pe care le doreşte.

Rugați solicitantul să confirme că a înțeles informația furnizată sau că este de acord cu soluțiile sau sugestiile oferite.

Exemple:

- "Vă convine asta...?"
- "Credeți că putem proceda astfel?"

Aveți în vedere efectele unor informații neplăcute şi fiți capabil să reacționați adecvat în astfel de cazuri?

Exemple:

- "Sunt conştient că dumneavoastră considerați această informație insuficientă."
- "Este frustrant să nu obții ceea ce ai sperat că vei obține."

### 2.2.3. Exerciții

**Inițierea conversației**

Posibile opțiuni pentru deschiderea unei conversații:

.....

.....



BCU IAŞI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Pronunțarea pe litere

Atunci când dictați sau când vorbiți la telefon este de dorit să utilizați pronunțarea pe litere. Există diferite coduri pentru uz intern în diferite țări sau pentru uz internațional.

| | Germană | Internațional | NATO | Engleză | Franceză |
|---|---|---|---|---|---|
| A | Anton | Amsterdam | Alpha | Able | Anatole |
| Ä | Ärger | | | | |
| B | Berta | Baltimore | Bravo | Baker | Berte (Benjamin) |
| C | Cäsar | Casablanca | Charly | Charly | César |
| D | Dora | Denmark | Delta | Dog | Désirée |
| E | Emil | Edison | Echo | Easy | Emile (Edouard) |
| F | Friedrich | Florida | Foxtrott | Fox | Francois |
| G | Gustav | Gallipoli | Golf | George | Gaston |
| H | Heinrich | Havanna | Hotel | How | Henri |
| I | Ida | Italia | India | Item | Isidore |
| J | Julius | Jerusalem | Juliett | Jig | Jean |
| K | Kaufmann | Kilogramm | Kilo | King | Klèber |
| L | Ludwig | Liverpool | Lima | Love | Louis (Lazare) |
| M | Martha | Madagascar | Mike | Mike | Marie |
| N | Nordpol | New York | November | Nan | Nicolas |
| O | Otto | Oslo | Oskar | Oboe | Oscar |
| Ö | Ökonom | | | | |
| P | Paula | Paris | Papa | Peter | Paul (Pierre) |
| Q | Quelle | Quebec | Quebec | Queen | Quebec |
| R | Richard | Roma | Romeo | Roger | Robert |
| S | Samuel | Santiago | Sierra | Sugar | Suzanne (Samuel) |
| SCH | Schule | | | | |
| T | Theodor | Tripolis | Tango | Tare | Théophile |

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| U | Ulrich | Uppsala | Uniform | Uncle | Ursule |
| Ü | Übermut | | | | |
| V | Viktor | Valencia | Viktor | Victor | Victor |
| W | Wilhelm | Washington | Whisky | William | Wagon |
| X | Xanthippe | Xanthippe | X-ray | X-ray | Xavier |
| Y | Ypsilon | Yokohama | Yankee | Yoke | Yvonne |
| Z | Zacharias | Zürich | Zulu | Zebra | Zoé |

Modul pozitiv de exprimare

***Exprimarea chestiunilor negative într-un mod pozitiv.***

**Negativ:** "Din păcate domnul L. nu este disponibil."

**Pozitiv:** "Domnul L. va fi probabil disponibil din nou la ora ..."

**Negativ:** "Îmi pare rău, dar trebuie să vă informez că nu-l puteți găsi pe domnul X până săptămâna viitoare."

**Pozitiv:** "Domnul X va veni puțin mai târziu, va fi din nou disponibil pentru dumneavoastră după data de ..."

**Negativ:** "Nu pot (nu am voie) să semnez asta."

**Pozitiv:** .....

.....

**Negativ:** "Nu știu."

**Pozitiv:** .....

.....

**Negativ:** "Scuze, dar trebuie să așteptați puțin pentru aceasta."

**Pozitiv:** .....

.....

**Negativ:** "Pentru aceasta trebuie să vă fac legătura cu un alt departament."

**Pozitiv:** .....

.....

BCU "ASIO" CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Încercați, pe cât posibil, să evitați formulări de tipul "Îmi pare rău" sau "Din păcate". Reprezintă o elipsă (propoziție incompletă) și, în fapt înseamnă că "suferiți" din această cauză. Dacă într-adevăr ați spus adevărul de fiecare dată, atunci trebuie să fi suferit foarte mult!

Completați coloana din dreapta a tabelului de mai jos:

| Mesaj negativ | Alternativa pozitivă |
|---|---|
| Bună dimineața, Centrul de Consiliere, aici Dragu. | |
| Nu pot să fac nimic pentru dumneavoastră, îmi pare rău. Ar fi trebuit să apelați biroul de informații pentru acesta. | |
| Voi încerca să găsesc acest număr pentru dumneavoastră. Însă nu voi putea face acest lucru decât, în cel mai bun caz, mâine dimineață. | |
| Înțeleg că sunteți supărat, dar nu ar trebui să vă descărcați nervii pe mine. | |
| Ne cerem scuze că nu ați primit încă nici un răspuns, dar, vedeți dumneavoastră, aici a fost haos toată săptămâna trecută. | |
| Nu pot să vă spun nimic în această privință. Eu sunt doar o persoană care lucrează la dispecerat. | |
| Pentru aceasta trebuie să vă pun în legătură cu domnul Tănase. Este posibil însă ca acest lucru să nu fie posibil imediat - știți, avem un nou sistem telefonic. | |
| Nu putem evalua nici un formular de candidatură până la sfârșitul lunii august. Acum este o perioadă de concedii. N-ați dori să vă anulați candidatura chiar acum? | |
| Nu, doamna Ionescu nu este disponibilă. Din păcate, este în concediu. | |
| Nu cred. Aici așa ceva nu s-a mai întâmplat niciodată până acum. | |

BCU IASI/GEN-PAC UNIVERSITY LIBRARY

*Venind în întâmpinarea aspectelor de relaționare umană*

Solicitantul vă informează că nu a primit încă broşurile de informare şi trebuie să ia urgent o decizie.

"Am comandat broşurile la dumneavoastră săptămâna trecută şi încă le mai aştept. Nu pot să cred că durează atât de mult. Am nevoie de aceste informații urgent, până la urmă acesta este motivul pentru care v-am sunat. Şi sunt în situația de a lua o decizie până săptămâna viitoare."

Care este prima dumneavoastră reacție?

.....

.....

O solicitantă este nesigură, deoarece nu ştie dacă îndeplineşte cerințele de muncă în străinătate.

"Am discutat ieri cu unul dintre colegii dumneavoastră despre această slujbă în Belgia. Acum nu mai sunt atât de sigură că mă voi descurca."

Care este prima dumneavoastră reacție?

.....

.....

Un solicitant are probleme cu *web site*-ul instituției dumneavoastră.

"Doresc informații pentru mine şi soția mea. Nu am idee cum funcționează sistemul dumneavoastră, dar am nevoie de broşuri înainte de ziua de sâmbătă. Ştiți, eu şi soția mea am decis să mergem în străinătate pentru formare continuă."

Care este prima dumneavoastră reacție?

.....

.....

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## 2.3. Acorduri de principiu în consilierea prin telefon

**Mihaela CHIRU**

*România*

### 2.3.1. Convenţii de comunicare

*Clientul - Declaraţie de intenţie, autoprezentare, aşteptări*

O diferenţiere trebuie operată între clienţii care apelează pentru prima dată serviciul telefonic de consiliere şi cei care sunt clienţi obişnuiţi.

Decizia de a suna poate avea o motivaţie precisă sau una complexă, în funcţie de măsura în care clientul este conştient de nevoia sa de a primi *feedback* obiectiv sau informaţii, variind de la curiozitate la tendinţa de imitare.

În primul rând, se presupune că într-o conversaţie părţile se cunosc prin cele câteva declaraţii ce le fac la început. Nu este obligatoriu să se folosească de numele reale, ci mai degrabă cu identităţi autoasumate şi consistente (nume de cod sau porecle). În al doilea rând, clientul trebuie sprijinit de consilier să exprime în cuvinte nevoia pe care o vrea satisfăcută în cadrul şedinţei telefonice. Chiar în situaţia în care clientul are bune abilităţi de exprimare verbală, consilierul este, totuşi, preocupat de anumite informaţii despre caz şi persoana clientului (cum sunt: situaţia prezentă, sentimente dominante, ce e de făcut în viziunea sa).

Clientul are o serie de aşteptări faţă de consilier, care pot fi cuprinse într-o tipologie de cerinţe şi probleme:

- aflarea de informaţii despre ofertele de învăţare şi formare (localizare, nivel, condiţii de înscriere / admitere, abilităţi lingvistice, informatice şi alte tipuri de competenţe / capacităţi solicitate în anumite contexte de învăţare, formare şi muncă);
- mobilitatea profesională şi influenţa acesteia asupra schemei personale de dezvoltare a carierei;
- primirea de informaţii, consiliere şi informare cu privire la educaţia şi formarea continuă, programele europene, precum şi integrarea socio-profesională;



BCU "ION CREANGĂ" UNIVERSITY LIBRARY

- asistență pentru trasee de dezvoltare;
- confirmarea deciziilor personale deja luate;
- cântărirea alternativelor;
- pălăvrăgeală;
- rezolvarea situațiilor de criză (conflicte cu părinții, profesorii, colegii, autoritățile), "urgențe" psihologice (depresie, anxietate, tentative suicidare) sau "urgențe" situaționale (înainte de examene, decizii finale).

Interacțiunea preliminară trebuie să fie scurtă și eficientă. Nu se fac recomandări de restricție temporală; totuși, comentarii și observații suplimentare e bine să se facă în etapele ulterioare ale discuției.

*Consilierul - Prezentarea tipurilor de servicii / oferite (durată, metode, obligații financiare, abordare teoretică, așteptări)*

Consilierul folosește primul apel pentru a informa clientul despre gama de servicii pe care i le poate oferi, în funcție de caz și client. Pe lângă comunicarea orală, clientul trebuie să știe despre alternativa consilierii față în față, care poate aduce avantaje anumitor categorii de persoane. În plus, prezentarea metodelor și tehnicilor de lucru la telefon trebuie să cuprindă și întrebările, provocarea, investigația, reflecțiile și testarea.

Uneori (când clientul solicită informații, detalii / clarificări) este de ajuns o convorbire telefonică pentru a se rezolva situația. Alteori, este nevoie de timp mai îndelungat pentru înțelege istoria cazului, a identifica opțiunile, a argumenta pro și contra, a imagina consecințele posibile etc. De aceea, majoritatea apelurilor (47%) durează circa 10 minute.

Clientul trebuie înștiințat asupra obligațiilor financiare ce-i revin din apelul telefonic, înainte de a continua convorbirea sau de a suna din nou. Dacă există alte servicii telefonice mai ieftine sau dacă regula centrului de consiliere telefonică este să înregistreze apelul și să sune înapoi, acesta este un aspect important care trebuie precizat în relația consilier-client. Astfel, persoana este capabilă să aleagă și este autonomă în modul de a dispune de banii, timpul și rezultatele așteptate.

Fiecare consilier are o abordare proprie a cazurilor pe care le are în evidență, după pregătirea sa inițială și continuă, precum și experiența în situații similare. În consecință, se insistă pe anumite episoade care par să fie mai relevante pentru rezultatele preconizate.

În afară de informațiile esențiale pentru configurarea cazului (vârstă, domiciliu, portofoliu academic / profesional, scopuri, ambiții), consilierul așteaptă de la client să fie:

- un relativ bun interlocutor (minimal abilitat în conversația orală);
- dispus să dezvăluie detalii semnificative pentru etapele procesului de consiliere;



BCU IAȘI - BIBLIOTECA UNIVERSITARĂ LIBRARY

- indulgent cu practicile actuale de consiliere la distanță prin telefon, respectiv să accepte a suna din nou sau a fi sunat după consultarea preliminară a colegilor din rețeaua de consiliere în probleme delicate ce apar în discuție;
- deschis la jocul de rol, simulări, gândire ipotetică și sugestii în contextul cazului respectiv.

*Solicitarea permisiunii clientului pentru evaluarea sau înregistrarea convorbirii*

Deținerea aparaturii de înregistrare și folosirea acesteia cu acordul clientului se face în vederea gestionării situațiilor dilematice pentru consilier (de ex., conflict de interese, aparente blocaje, convingeri contradictorii cu ale clientului, lipsa unor informații precise), precum și alcătuirii unei baze de date pentru centrul de consiliere prin telefon. Aceasta nu este o noutate pentru clienții obișnuiți ai rețelelor GSM. Faptul poate fi de ajutor pentru formarea stagiarilor, pentru îmbunătățirea abilităților de comunicare și inter-învățării.

### 2.3.2. Avantaje și limite ale consilierii prin telefon

Avantajele consilierii prin telefon sunt, în linii mari:

- eficiența, promptitudinea, timpul redus dintre apariția nevoii de consiliere și soluționarea acesteia;
- contactul facil cu clienții îndepărtați;
- identitatea ascunsă a clientului (favorabilă persoanelor emotive, ezitante), "securitatea" în situații sociale și/sau personale etichetate ca neplăcute / delicate, facilitarea depășirii barierelor de comunicare etc.

Următoarele aspecte pot fi percepute ca dificultăți în consilierea prin telefon:

- "medierea" comunicării prin mecanisme tehnice, deci impersonale;
- reducerea elementelor de *feedback* pe parcursul comunicării, imposibilitatea de a observa clientul și conduita sa generală (comunicarea nonverbală, contact vizual, postură, gestică, mimică, stilul vestimentar);
- îngustarea registrului de elemente paraverbale (ton, ritm, modulația vocii, articulația etc.) pe seama dependenței de condițiile tehnice, fidelitatea și sensibilitatea aparaturii telefonice;
- dificultatea de a asigura deplina confidențialitate a comunicării cu clientul, din cauza posibilelor interceptări, accidentale / intenționale, de către o terță persoană;
- lipsa apropierii fizice a participanților (consilier-client), dacă se impune cu necesitate o ședință față în față.



BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

La aceste dificultăți se pot adăuga următoarele chestiuni situaționale:

- lipsa ori insuficienta alfabetizare funcțională în folosirea telefonului;
- dificultatea de a comunica cu clienții care nu au propriul lor telefon sau fonduri suficiente pentru a folosi un telefon public sau mobil;
- slaba încredere în sine, emotivitatea crescută, criza acută, obstacole morale, dizabilități de vorbire, nivel educațional scăzut, necunoașterea confortabilă a limbii majoritare;
- dificultatea consilierului de a identifica rapid nevoile clientului și de a sugera soluții corespunzătoare.

### 2.3.3. Chestiuni de principiu

*Confidențialitatea, moralitatea, deschiderea, responsabilitatea reciprocă*

Sunt o serie de principii etice care guvernează în prezent activitatea de consiliere, aplicabile dealtfel și în consilierea prin telefon.

Confidențialitatea în relația consilier-client se referă la folosirea informației oferite de cel din urmă doar în cadrul problemei respective, fără a o divulga terților sau persoanelor implicate subiectiv. Orice înregistrare (consemnată în scris sau audio) ori transmitere de date se face doar cu acordul liber exprimat al clientului, după ce în prealabil a fost înștiințat de scopul demersului.

Orice consilier nutrește aspirația de a lucra într-un mediu perfect moral. Totuși, situațiile reale sunt complexe și practic este imposibil a le încadra prevederilor generale ale uneia sau alteia dintre teoriile consilierii. Propria judecată profesională și un set de sisteme de referință obiective stabilesc granițele unei abordări eficiente și loiale a problemei.

Indiferent de constrângerile temporale, încărcătura agendei de lucru sau preocupările personale, consilierul trebuie să fie deschis către orice apel telefonic și să-l trateze cu interes. Deschiderea se referă și la capacitatea acestuia de a-și actualiza informațiile și abilitățile de consiliere în diferite contexte de formare continuă, în vederea folosirii lor în activitatea curentă.

Ambii parteneri implicați în procesul de consiliere prin telefon își împart responsabilitatea rezultatului interacțiunii, ceea ce înseamnă modul în care înțeleg să se adreseze situațiilor problematice, să dezbată chestiuni relevante pentru client, să contribuie la integrarea socială a acestuia, să lanseze oferte de carieră potrivite așteptărilor etc.



BCU IASI NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

*Stabilirea unui plan de acțiune: program, frecvența întâlnirilor față în față*

Ținând cont de limitările impuse de timp și (eventual) costuri, consilierul structurează informațiile cu ajutorul unor instrumente manageriale (orare, hărți, tabele, indicatori) adaptate fiecărui client și le face cunoscute perspectivele interacțiunii, așa după cum sunt accesibile la momentul respectiv. Este adevărat că pentru anumite categorii de persoane este preferabil să aibă o cale de urmat configurată de consilier (frecvența apelurilor, structura convorbirilor următoare, pași de făcut între timp etc.), după cum pentru altele este preferabil să decidă în nume propriu asupra perspectivelor de dezvoltare a relației de consiliere (dacă, de ce, când, cum). Atitudinea profesionistă impune cu necesitate consilierului să-și anunțe clientul dacă și în ce condiții este posibil să stabilească o întâlnire față în față sau să fie sunat înapoi, despre recomandările generale în cazul respectiv, despre rezultatele preconizate și despre tot ceea ce s-a stabilit de comun acord să se desfășoare.

*Diversitatea surselor de informare (grupuri de sprijin, exemple de succes, electronice, tipărite)*

Orice client, chiar și cel cu o poveste originală, poate fi încadrat într-o tipologie cazuistică. Pe această bază, predicția variază de la a garanta un final fericit până la a invoca limitele intervenției exterioare ale consilierului în situația respectivă. Temeiul acestui larg spectru de abordări se află în experiența consilierului, dar și în diferitele instrumente ce pot fi folosite în situații tipologic asemănătoare (chestionare, profiluri psihologice, inventare și teste) cu rezultate înalt previzibile. Expertiza consilierului sau a grupului profesional din care face parte poate reprezenta un argument solid pentru susținerea unui anumit curs al acțiunii. Merită menționată valoarea formării profesionale continue pe teme sensibile la schimbare (piața muncii, tendințe europene în educația post-obligatorie, cererea de formare profesională, oferte de schimb / mobilitate, diferența dintre generații etc.) și nevoia de a se informa deopotrivă prin investigații personale și schimburi colegiale. Practic, acestea se pot îndeplini prin participarea la liste de discuții, autoinformare cu privire la principalele probleme de interes pentru mișcarea academică și cercetarea în consiliere, publicarea considerațiilor pe marginea cazurilor din propria carieră și experimentarea a ceea ce este publicat de alții.

Informația oferită clientului trebuie să provină din surse variate, confirmată de diferitele părți implicate și transpusă de consilier într-o formă adecvată, pentru a fi mai presus de îndoială, consistentă cu realitatea și inteligibilă pentru persoana care o solicită. Faptul se aplică asemănător și în jurnalism și drept, altfel efectele pot fi necontrolabile și periculoase.

BCU IAȘI - BIBLIOTECA CENTRALĂ UNIVERSITARĂ

### 2.3.4. Rețele ale ofertanților de servicii de consiliere prin telefon

Conceptul de "rețea" se referă la o multitudine de contacte posibile și recomandabile între consilierii care activează într-un domeniu profesional sau zonă geografică specifică.

Inițiativa prezentă, împreună cu alte programe care sunt în desfășurare și seturi de experiențe acumulate de organismele consilierilor la distanță și practicienii înșiși pe teritoriul Europei sunt de natură a construi și valida aria de expertiză determinată care este consilierea prin telefon, alături de ariile complementare: consilierea prin scrisori, *e-mail*, fax. De aceea, discutarea în comun a cazurilor deosebite aflate în lucru poate fi de folos prin valorificarea contribuțiilor din partea echipei, respectiv a diferiților membri care funcționează în variate sectoare ale consilierii.

În acest cadru, conceptul de "parteneriat" face trimitere la relația dual / bilaterală și definește înțelegerea reciprocă dintre client și consilier atunci când intervin factori care modifică schema clasică a ședinței de consiliere: una dintre părți sau ambele au nevoie de timp pentru căutarea de informații, se indică "teme pentru acasă" pe care clientul să le efectueze spre clarificare, se sugerează reflecția, se așteaptă maximă sinceritate, se lansează ipoteze și se construiesc raționamente etc.

### 2.3.5. Modalități de intervenție în situații de criză

*Informații despre riscuri posibile*

În consilierea prin telefon se presupune că este implicată o doză considerabilă de responsabilitate, care nu este mai mare sau mai mică decât în cazul consilierii tradiționale, însă, diferită prin aceea că trebuie să prevadă stimulii și posibilele lor efecte cu cel puțin un pas înainte. În plus, alegerea unei anumite abordări înseamnă pe de o parte intuirea / „ghicirea" faptului că clientul va răspunde mai bine la anumite provocări, iar pe de alta asumarea riscului de a înlătura alte abordări.

Consilierul este obligat să informeze clientul despre neplăcerile pe care le poate crea interacțiunea mediată telefonic (dependența de o persoană care aparent nu cere nimic în schimb, tendința de a întrerupe convorbirea dacă aceasta alunecă spre zone sensibile, consum de bani și timp, ascunderea în spatele cuvintelor, amânarea acțiunii reale). Toate acestea trebuie menționate selectiv în cursul primei convorbiri, potrivit tipului de persoană care pare a fi interlocutorul și dimensiunii / profunzimii problemei reflectate în discuție.



BCU IAȘI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

*Abordarea dilemelor şi provocărilor (idei preconcepute, limite de competenţă, orientarea către alte servicii sau practicieni, formare continuă în consiliere, negocierea alternativelor)*

Este posibil ca unele opinii exprimate în dialog să aibă ecou pe planul emoţiilor şi convingerilor intime ale consilierului. În acest moment, profesionistul ştie că trebuie să se abţină de la judecăţi personale şi să rămână obiectiv. Dacă, totuşi, nu se poate asigura acest nivel de detaşare, este moral şi tehnic acceptat să se înainteze cazul unui coleg, după ce în prealabil s-a primit acordul clientului asupra transferului şi colegul consilier a fost informat despre detaliile cazului disponibile la momentul respectiv.

Faptul ca fiecare consilier să conştientizeze propriile domenii / tipuri de clienţi, precum şi pe ale altora este o chestiune de management intern şi eficacitate a activităţii proprii, astfel încât la nivel organizaţional toate sarcinile şi cerinţele să fie uniform acoperite.

Pe piaţa liberă a furnizorilor de formare, practicienii în consiliere pot solicita şi beneficia de formare tip expert în arii profesionale speciale, cu condiţia să ofere garanţii de autosusţinere odată ce serviciul le-a fost oferit.

*Cazuri de maximă urgenţă (depresie, tentative suicidare)*

În cazuri de urgenţă, trebuie să se folosească setul special de intervenţie, cu înştiinţarea tuturor practicienilor care lucrează în centrul de consiliere. În jurul unei persoane care are nevoie de atenţie sau ajutor se dezvoltă o anume solidaritate, care adună energiile extreme pentru a asista pozitiv cazul.

*Precizări suplimentare pentru părinţi şi copii*

Când consilierul are de-a face cu persoane care nu sunt beneficiare directe ale serviciului de consiliere, trebuie să ţină cont de posibilele mistificări ale informaţiilor şi semnificaţiilor, chiar cu cele mai bune intenţii. De cele mai multe ori, o singură întâlnire faţă în faţă ar ajuta consilierul să-şi obiectiveze viziunea asupra situaţiei şi i-ar oferi un spaţiu de mişcare mai larg în interacţiunile telefonice ulterioare.

### 2.3.6. Rolul experienţelor personale în actul de consiliere

*Experienţele clientului*

Clientul aduce în relaţia de consiliere istoria complexă asociată problemei sale. Consilierul trebuie să fie şi priceput şi discret în detectarea aspectelor relevante pentru chestiunea în speţă, sub forma: trăsăturilor de personalitate care predispun la anumite comportamente, experienţelor anterioare ale clientului, locurilor comune în soluţionarea



BCU MIRCEA CEL UNIVERSITAR LIBRARY

situațiilor similare, totul în vederea structurării solide a cazului. Ori, dacă un client pare conștient și sigur de lucrurile pe care însuși le declară, consilierul trebuie să vadă dincolo de cuvintele, iluziile sau confirmările fragile ale acestuia.

*Cazuistica serviciilor de consiliere la distanță*

Centrul este de așteptat să creeze o arhivă cu cazurile (descrise în detaliu sau în rezumat, pe hârtie, electronic sau audio) care sunt în lucru sau rezolvate de către practicieni prin mediere telefonică. Această inițiativă este de natură să sprijine expertiza consilierilor și să impună tendința ca serviciile de profil să fie aproape de clienții lor.

*Experiențele consilierului*

Obiectivitatea spre care aspiră fiecare profesionist nu trebuie confundată cu neimplicarea sau atitudinea distantă față de clienți. Din acest motiv, diferiți consilieri pot avea diferite abordări ale aceluiași caz, de la personală la tehnică, orientate spre scop sau spre client, creând provocări contradictorii sau oferind sprijin necondiționat. Experiențele personale sunt înțelese ca atu și nu ca obstacol pentru consilierul care reflectă experiența altui om, astfel încât contribuția sa să vină ca întărire și nu îngreunarea procesului de adecvare a clientului cu propria viață și mod de a o trăi. Cu cât registrul consilierului este mai vast, cu atât mai mult se dovedește un teritoriu favorabil învățării continue despre sine și alții.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## 2.4. Managementul calității

**Dr. Karl JEHLE**
*Liechtenstein*
**Claudia HAMMERER**
*Austria*
**Eduard STAUDECKER**
*Austria*
**Thoralf MARKS**
*Germania*

### 2.4.1. Managementul calității în orientarea carierei

**Managementul calității în orientarea carierei cu accent pe consilierea la distanță**

Managementul calității, controlul calității, asigurarea calității și dezvoltarea calității ar fi trebuit să devină o temă în orientare cu mult timp în urmă, nu doar de când industria și afacerile au pus aceste lucruri pe tapet cu ISO și alte forme de certificare.

Pentru consilierii care au o instruire specializată (inclusiv psihologii), munca de evaluare, studiile pe clienți, reflecția asupra procesului de consiliere, investigațiile despre satisfacție, clarificarea nevoilor, formularea și revizuirea scopului, vizitele, schimburile de experiență și supervizarea reprezintă "pâinea lor cea de toate zilele".

Încă de acum 20 de ani, diverse instituții de consiliere (cum ar fi Serviciul de Consilierea Carierei al Principatului Liechtenstein) au făcut cercetări sistematice asupra absolvenților de școală cu privire la activitățile lor în domeniul pregătirii pentru alegerea carierei / orientarea carierei. Diverse evenimente, procese și servicii de consiliere au fost evaluate în mod repetat.

Acum, că diverse grupuri (sectorul de afaceri, publicul, cei care elaborează politicile în acest domeniu) solicită un management al calității, putem utiliza aceste experiențe și studii atât pentru activitatea zilnică pe care o desfășurăm departe de ochii publicului, cât și pentru activitatea de relații publice a instituțiilor noastre. Se cere acțiune. Dar dacă tot ceea ce facem este să reacționăm la solicitări venite din exterior, vom intra în joc cu cărți proaste.

BCU "MIHAIL EMINESCU" UNIVERSITY LIBRARY

Experţii în orientare nu sunt, în general, reticenţi în a-şi examina activitatea. În cele mai multe din cazuri, instrumentele relevante sunt deja disponibile sau pot fi dezvoltate rapid. Ce lipseşte, de regulă, este o abordare sistematică şi o privire generală, un concept atotcuprinzător pentru managementul calităţii, controlul calităţii, asigurarea calităţii sau o privire generală completă (modelul 360°).

Prea adesea managementul calităţii este privit ca un instrument de control şi, prin urmare, ca un instrument de presiune asupra angajaţilor. Aceasta duce frecvent la temeri şi rezerve din partea consilierilor ce lucrează în instituţiile care desfăşoară astfel de activităţi.

Managementul calităţii este un proces îndelungat de dezvoltare sau, mai exact, permanent. Dezvoltarea ia timp. Experienţa Serviciului de Consilierea Carierei al Principatului Liechtenstein (echipa este formată din 7 membri) confirmă faptul că un astfel de proces presupune 3-4 ani de muncă intensivă, dacă este vizată întreaga gamă de servicii (ideea iniţială, dezvoltarea conceptului, implementarea şi evaluarea rezultatelor, în special în domeniul comunicării interne a echipei şi implementarea efectivă - studii cu privire la clienţi). În această perioadă, mediul psiho-social de care au nevoie angajaţii pentru a-i lăsa pe alţii "să li se uită în cărţi" (şi în suflete) şi să admită greşeli etc. în faţa colegilor se dezvoltă încetul cu încetul pe baza încrederii reciproce.

Anxietăţile trebuie tratate jucând "cu cărţile pe masă" şi oferind asistenţă efectivă (de exemplu, ajutor intern instituţional, măsuri specifice de formare continuă.

Cel puţin o persoană în fiecare echipă / instituţie trebuie să acţioneze continuu ca moderator şi animator. Această activitate este consumatoare de timp, dar în acelaşi timp foarte satisfăcătoare din punctul de vedere al rezultatelor.

Deschiderea şi curajul de a experimenta sunt importante. Metodele noi trebuie dezvoltate, testate, examinate, revizuite şi apoi retestate. Ştim cu toţii că suntem buni consilieri de orientare, nu trebuie să ne ascundem munca. Astfel încât ar trebui să ne facem mai transparentă această activitate de calitate. Relaţiile publice presupun veşti bune. *Motto*-ul nostru: ***Nu există aproape nici o capacitate care să nu poată fi dezvoltată!***

**Modele de management al calităţii. Abordări în orientarea carierei**

Există numeroase modele. Ar trebui să se reamintească faptul că baza pentru cele mai multe din aceste modele vine din sectorul de afaceri şi, de aceea câteodată ele vizează alte domenii şi se ghidează după alte legi decât cele utilizate în administraţia publică şi în organizaţii de consiliere ca ale noastre.

Autorul capitolului Managementul calităţii (Dr. Karl Jehle) este familiarizat cu diverse modele şi a fost implicat în trei modele diferite de managementul calităţii în diverse posturi profesionale. Factorul comun al acestora este dorinţa de a îmbunătăţi calitatea serviciului în spiritul celor descrise mai sus. Modurile de atingere a acestui scop şi diferenţierea internă variază.

Fiecare instituție trebuie să găsească modelul care furnizează diferențierea și acceptarea interne, venind substanțial în întâmpinarea acceptării externe. Ambele sunt importante.

Modele de managementul calității:

- ISO
- Metoda 2C
- EFQM
- Eduqua
- Consiliul pentru orientare

Avem întotdeauna un singur scop: să găsim și să implementăm un model care este suficient de exact pentru a viza caracterul special al acestui domeniu de activitate (în cazul nostru: activitatea de orientare și informare) și care să furnizeze standarde și criterii care pot fi utilizate în orientarea carierei. Pentru aceasta, o activitate de transfer metodologic va trebui întreprinsă, cu siguranță. Pe de altă parte, răspândirea remarcabilă a unor modele care au fost încercate și testate în sectorul de afaceri presupune că nu trebuie „să reinventăm roata". *Carpe diem*! Vom profita de această muncă de pionierat și o vom adapta pentru propriul nostru domeniu de activitate.

Pentru motivele specificate mai sus (acceptarea internă și externă), Serviciul de Consilierea Carierei al Principatului Liechtenstein utilizează modelul EFQM. Implementarea sa este suplimentată cu elemente preluate din modelul 2C și din modelul Consiliului pentru Orientare. Această combinație s-a dovedit benefică pentru toate părțile. În țările de limbă germană, două servicii de consiliere au fost expuse acestui tip de proces de acreditare (Elveția: Cantonul Thurgau - modelul 2C, iar Liechtenstein: Serviciul de Consilierea Carierei - modelul EFQM). Multe alte organisme se află în plin proces de experimentare a unor formule foarte diverse, dar încă nu au convenit asupra unui concept general / formulă de acreditare.

Faptele și nu vorbele ne vor face să avansăm. Să examinăm critic reflecția, evaluarea și să le tratăm ca oportunități de învățare, utile activității noastre cotidiene. Învățați, îmbunătățiți, optimizați managementul timpului, munciți mai eficient, acționați mai prietenos față de clienți, veniți în întâmpinarea nevoilor ... cu capul, cu inima și cu mâinile.

Individul, ca întreg, se află în centrul a tot ceea ce facem, iar ca persoană este cineva care își dezvoltă necontenit personalitatea prin:

Calitatea demersului

Calitatea procesului

Calitatea rezultatului

Calitatea impactului sau

Conducere - procese - rezultate (modelul EFQM).



BCU LIBRARY

Schimbările şi inovaţiile ar trebui implementate pe această bază - nu doar de dragul de a fi implementate şi nu ca activităţi menite să asigure o serie de alibiuri instituţionale.

**Modelul EFQM - un instrument adecvat pentru creşterea calităţii în activitatea de orientare (măsurarea şi controlul calităţii)**

Datorită experienţei pozitive pe care Serviciul de Consilierea Carierei al Principatului Liechtenstein a avut-o cu acest model, ar fi util să aruncăm o privire asupra sa, să explicăm de ce este atât de convingător şi cum îl implementăm în practică.

Fundaţia Europeană pentru Managementul Calităţii (EFQM) a fost fondată în 1989 de către 14 firme europene de renume. Viziunea EFQM este o lume în care organizaţiile şi firmele europene sunt lidere în toate domeniile, datorită focalizării absolute asupra calităţii în activitate.

În prezent, mai mult de 1000 de organizaţii din majoritatea statelor europene şi sectoarelor economice sunt membre EFQM, inclusiv guvernul / administraţia statului Liechtenstein şi, deci, serviciile de consilierea carierei.

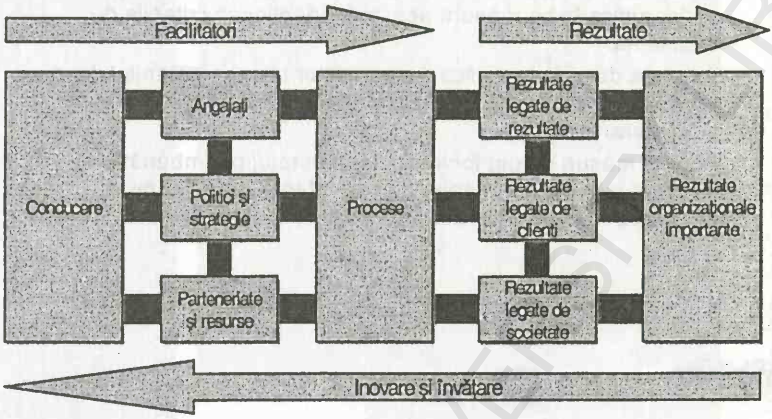
În comparaţie cu alte modele, ce este în mod deosebit impresionant la modelul EFQM este continua centrare pe **criterii** şi **rezultate**, cât şi pe **examinarea** acestora, precum şi autoevaluarea şi antrenarea unor supervizori EFQM externi instruiţi care examinează şi apoi evaluează totul, în ceea ce priveşte conţinutul activităţilor şi forma de implementare printr-un audit major pe perioada câtorva zile. În final, scopul este de a descoperi potenţialul de ameliorare şi nu acela de a pune note.

**Logica RADAR** ne-a convins, deoarece conţine următoarele elemente importante.

- **Abordarea** specifică / ideea, conceptul, pe care se bazează exact acesta?
- **Implementare**: a avut loc?, a fost prezentată? este sistematică?
- **Evaluare**: sunt măsurate în mod regulat eficacitatea şi metoda de implementare? Învăţare şi îmbunătăţiri. Rezultate: dacă acestea sunt disponibile, pot fi identificate tendinţele, au fost atinse scopurile, rezultatele au survenit ca urmare a acţiunilor?
- **Rezultate**: sunt indicată în procente bazate pe valorile de pe "harta radar" a elementelor individuale şi sugerează potenţialul pentru examinare:
  - Abordare ex. 60%
  - Implementare 75%
  - Evaluare 25%
  - Rezultate 53%

Cu toate acestea, responsabilitatea pentru măsurile de îmbunătăţire individuale continuă să fie de competenţa organizaţiei evaluate.

# Modelul de excelenţă EFQM




© Modelul de Excelenţă EFQM este o marcă înregistrată

TQMI

© TQMI Consulting for Excellence GmbH, München

## Ce se evaluează?

Performanţa este evaluată pe baza criteriilor de facilitare şi rezultat din cadrul Modelului de Excelenţă.

În cazul **criteriilor de facilitare**, evaluarea vizează dacă şi în ce măsură au fost dezvoltate abordări adecvate, implementate efectiv în scopul atingerii excelenţei. Trebuie descrise abordările relevante şi aplicarea acestora.

În cazul **criteriilor de rezultat**, evaluarea vizează dacă s-au obţinut rezultate reale şi verificabile, care demonstrează că grupurile de interes relevante (clienţi, angajaţi etc.) simt că nevoile şi aşteptările le-au fost satisfăcute. Trebuie să se furnizeze dovezi documentate privind rezultatele, din punctul de vedere al grupurilor de interes.

Pentru etapa de evaluare, organizaţia trebuie să indice cum şi prin ce mijloace cerinţa definită în criteriile parţiale relevante este îndeplinită.

TQMI

© TQMI Consulting for Excellence GmbH, München

BCU IASI - CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## Cum se efectuează evaluarea?

Abordările şi rezultatele indicate pentru criteriile modelului EFQM sunt, apoi, examinate pe baza **Logicii RADAR** pentru a se identifica în ce măsură acestea îndeplinesc criteriile de excelenţă.

Aceasta duce la identificarea punctelor tari şi a potenţialului de ameliorare, ca şi a direcţiei măsurilor de ameliorare luate în considerare.

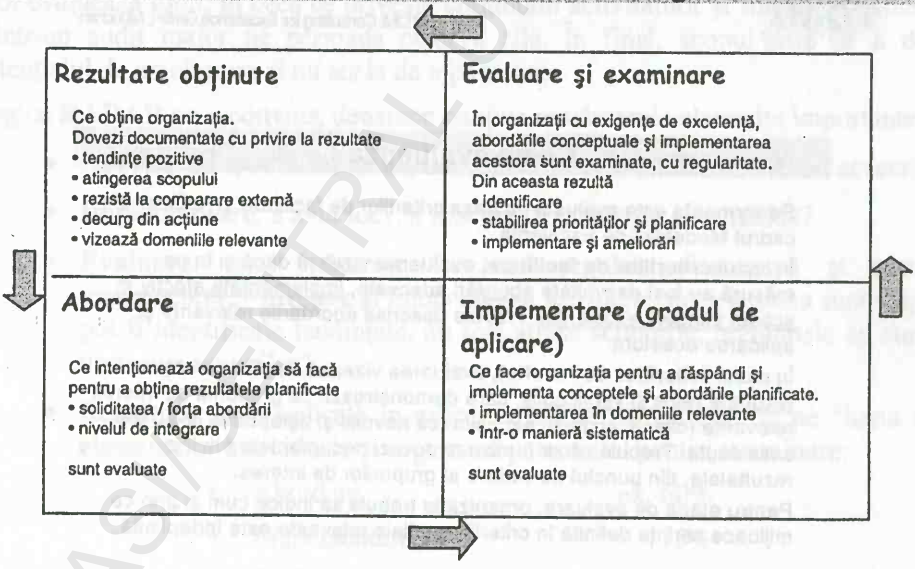
Aceste măsuri se pot focaliza, de exemplu, pe îmbunătăţiri conceptuale ale abordărilor sau pe intensificarea la nivelul aplicării acestora şi pe o diseminare pe o arie mai vastă.

TQMI

© TQMI Consulting for Excellence GmbH, München

## Cum se desfăşoară evaluarea? – Logica RADAR

| | |
|---|---|
| **Rezultate obţinute**<br>Ce obţine organizaţia.<br>Dovezi documentate cu privire la rezultate<br>• tendinţe pozitive<br>• atingerea scopului<br>• rezistă la comparare externă<br>• decurg din acţiune<br>• vizează domeniile relevante | **Evaluare şi examinare**<br>În organizaţii cu exigenţe de excelenţă, abordările conceptuale şi implementarea acestora sunt examinate, cu regularitate.<br>Din aceasta rezultă<br>• identificare<br>• stabilirea priorităţilor şi planificare<br>• implementare şi ameliorări |
| **Abordare**<br>Ce intenţionează organizaţia să facă pentru a obţine rezultatele planificate<br>• soliditatea / forţa abordării<br>• nivelul de integrare<br>sunt evaluate | **Implementare (gradul de aplicare)**<br>Ce face organizaţia pentru a răspândi şi implementa conceptele şi abordările planificate.<br>• implementarea în domeniile relevante<br>• într-o manieră sistematică<br>sunt evaluate |



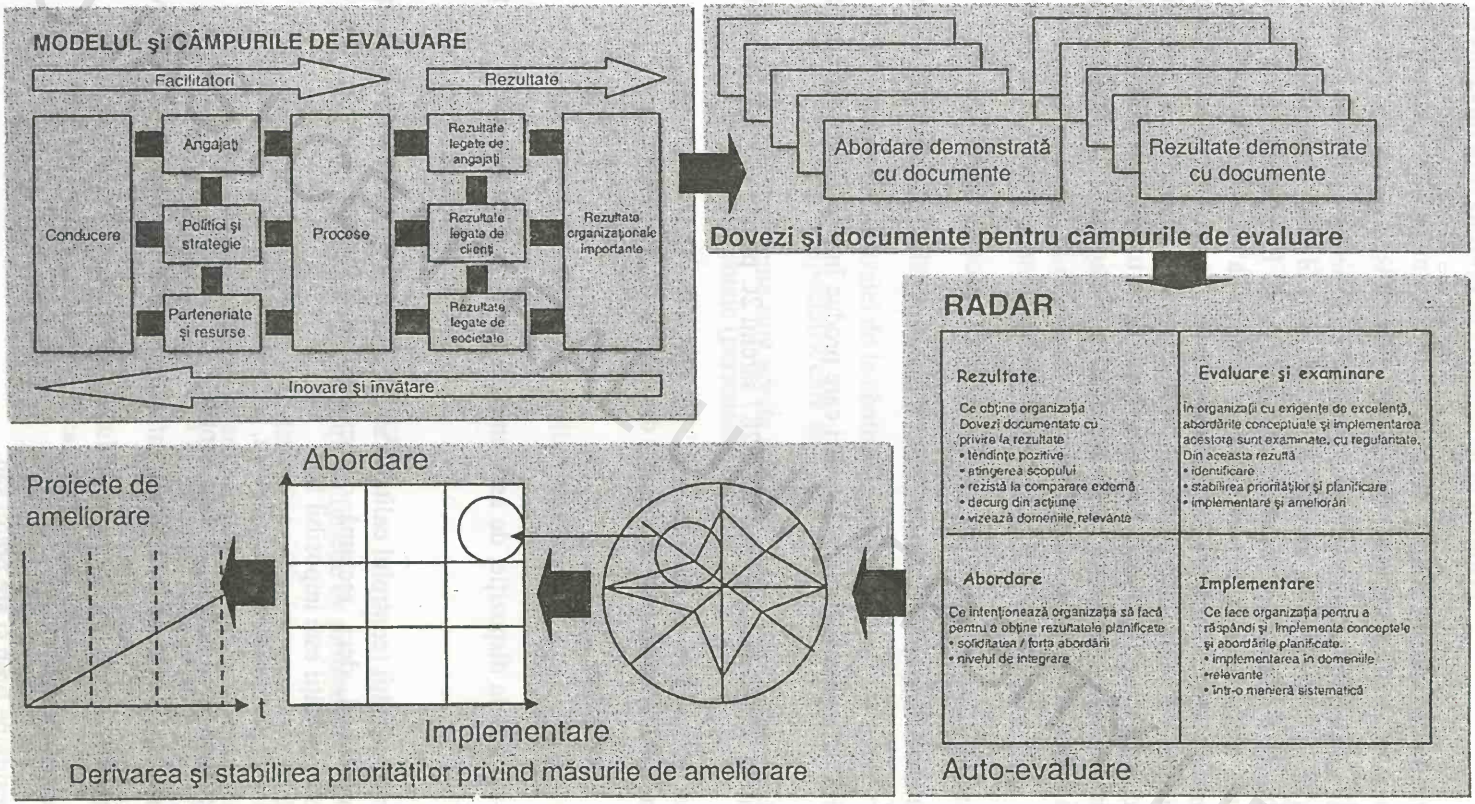
TQMI

© TQMI Consulting for Excellence GmbH, München



BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

# Procesul general de ameliorare




© TQMI Consulting for Excellence GmbH, München

În plus, față de abordarea EFQM, lucrăm şi cu sarcini 2C în domeniul dezvoltării personalului. Acest lucru se desfăşoară după cum urmează:

Pe baza unui **catalog de opțiuni** şi prin consultare cu superiorii (în întâlniri de evaluare), fiecare angajat lucrează la două **sarcini 2C** la fiecare şase luni. Angajatul îşi formulează singur sarcina şi o prezintă spre aprobare superiorului. Echipa este apoi informată de natura sarcinii, astfel încât fiecare să ştie cine lucrează la o anume sarcină. Sarcina este efectuată conform unei planificări, la termenul expirării se prezintă un raport superiorului şi, dacă proiectul a fost finalizat cu succes, rezultatele sunt prezentate şi restului echipei. În acest mod, întreaga echipă poate beneficia de pe urma tuturor proiectelor. Toată lumea are posibilitatea să-şi îmbunătățească anumite cunoştințele pe baza unor ținte de performanță formulate de către colegii lor.

Formular sarcină 2C - vezi Capitolul 2.4.4.

Exemplu: tuturor angajaților li s-a cerut să efectueze consiliere la distanță, ca sarcină 2C pentru 2002.

Aceste sarcini 2C generează mici schimbări care produc îmbunătățiri continue serviciului nostru.

Exemplu: într-o echipă de şapte membri = 28 / sarcini 2C pe an = 28 îmbunătățiri pe an!

Informații suplimentare despre EFQM sunt disponibile pe *Internet* la:

www.efqm.org

www.tqmi.co.uk

Aceste *site*-uri pun la dispoziție, de asemenea, o gamă largă de broşuri şi alte publicații informative.

Managementul calității (controlul calității, asigurarea calității, dezvoltarea calității) este o sarcină completă şi, deci, reclamă o reexaminare a tuturor sarcinilor din instituție. Managementul calității este imposibil fără:

- Managementul firmei (conducere, întâlniri de evaluare / motivare).
- Formare de calitate şi formare continuă.
- Un cadru de calitate - logistică, infrastructură, flexibilitate administrativă.
- Rețele.
- Relații publice etc.

Calitatea presupune timp şi are prețul său.



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**EFQM Managementul calității în consilierea la distanță**

Managementul calității în consiliere la distanță trebuie întotdeauna văzut în conexiune cu managementul calității serviciului oferit de organizația de consiliere. Managementul calității în consiliere la distanță nu este, deci, nimic mai mult decât un foarte mic, dar din ce în ce mai important, aspect al serviciilor furnizate de către serviciile de consilierea carierei și dezvoltarea calității acestora.

**Cerințe organizaționale**

Abordarea specifică în managementul calității în consilierea la distanță depinde de modul în care este organizată consilierea la distanță în cadrul centrului respectiv de consiliere. De exemplu, trebuie luate și implementate decizii cu privire la:

- Cine este prima persoană de contact?
  - Operatorul centralei de la oficiul locurilor de muncă?
  - Operatorul centralei de la centrul de consiliere?
  - Este acesta un specialist care se ocupă și de triere?
  - Cât de competente sunt aceste persoane cu privire la transferarea apelurilor către departamentele (persoanele) potrivite?

    Este important ca persoana care dorește consiliere să fie transferată consilierului adecvat cât mai repede posibil (fără a fi transferată la alți câțiva înainte).
- Cine este implicat în consiliere la distanță în birou:
  - tot personalul?
  - toți consilierii?
  - consilierii carierei și educaționali?
  - specialiștii / experții în orientare, în funcție de problemă?
  - specialiștii în consiliere la distanță / consilieri instruiți cu calități deosebite?
  - este consilierea la distanță oferită doar în anumite momente (de exemplu, în fiecare zi, de la 10.00 a.m. la 12.00 p.m.) sau oricând în timpul programului de lucru?
  - consilierea la distanță, în biroul dumneavoastră, presupune o infrastructură specială (computer, *Internet*, cască telefonică etc.)?

BCU IAȘI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Echipa noastră beneficiază de infrastructura necesară. Apelurile telefonice sunt preluate de obicei de şefa secretariatului, care este, de asemenea, formată pentru activităţi de consilierea carierei şi educaţiei. Noi numim acest birou **"Triaj"**. Ea însăşi se ocupă de circa 50% din apeluri. Solicitările mai complexe sunt transferate consilierilor specialişti. Criteriile pentru transferul apelurilor sunt:

- Cine se află în birou, are timp şi este liber (şi nu într-un interviu personalizat cu un client)?
- Cine este cea mai competentă persoană din birou cu privire la un anume subiect particular?

Înţelegem **funcţia de triere** pentru consiliere la distanţă ca pe un subiect principal şi o funcţie extreme de importantă. Triaj: acesta este termenul pe care îl folosim pentru acele persoane din birou care transferă solicitările de consiliere (fac programări pentru întâlniri) şi, în cazul nostru, apeluri (solicitări prin telefon) către consilieri, pe baza competenţei solicitate (competenţă de specialist şi competenţă socială) sau se ocupă ele însele de acestea. Triaj = organism coordonator, pivot.

Acest post trebuie ocupat de cea mai drăguţă şi prietenoasă persoană din cadrul personalului, care se descurcă cel mai bine în condiţii de *stress*, este amabilă şi îi plac contactele cu alţii, se opune conflictelor şi are cea mai plăcută voce (produce o impresie foarte bună dacă se utilizează un video-telefon). Această persoană este cea mai importantă "figură publică" din centrul nostru de consiliere.

## Conferinţa internaţională a experţilor 2003

### Dezvoltarea calităţii în orientarea şcolară

Nu este surprinzător că managementul calităţii a devenit o temă importantă la nivel internaţional. Conferinţa internaţională a Asociaţiei Internaţionale de Orientare Şcolară şi Profesională (AIOSP) care a avut loc în perioada 3-6 septembrie 2003 la Berna / Elveţia, s-a focalizat pe "Dezvoltarea calităţii în orientarea şcolară". Cu acest prilej a avut loc o dezbatere ştiinţifică specializată şi un schimb de experienţe practice.

Grupurile interesate au putut lua la cunoştinţă exemple concrete cu privire la modul în care au fost implementate diverse proceduri de dezvoltare a calităţii şi au avut ocazia de a discuta cu privire la acestea.

**Teme principale:** Discuţia s-a focalizat cu precădere asupra următoarelor aspecte din domeniul calităţii:

- *Calitatea conducerii*

  Scopuri şi viziuni general formulate:



BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Viitorul orientării şcolare şi profesionale,
- Noi politici şi strategii cu privire la orientare.

- *Calitatea structurală*

  Stabilirea unor standarde specializate şi metodice:
  - Educaţie, formare continuă şi etica specialiştilor în orientarea şcolară şi profesională,
  - Parteneriate şi resurse.

- *Calitatea procesului*

  Optimizarea metodelor de lucru ale consilierilor şi optimizarea proceselor:
  - Noi metode şi instrumente în orientarea şcolară şi profesională,
  - Orientarea în diverse contexte.

- *Calitatea rezultatului sau a produsului*

  Dovezi documentate ale eficacităţii şi eficienţei economice:
  - Evaluarea şi cercetările cu privire la impact în orientare,
  - Importanţa socială şi economică a orientării şcolare şi profesionale.

### 2.4.2. Managementul calităţii în consilierea la distanţă

**Autoobservare, observare externă, studiu cu privire la clienţi**

Managementul calităţii în domeniul consilierii la distanţă se desfăşoară, pe de o parte, prin:

**Autoobservare / autoreflecţie**

Chestionarele structurate, listele de verificare sunt utile (pentru exemple, vezi Capitolul 2.4.4.).

Cu ajutorul:

***Observării externe / evaluării externe*** (ascultare de către alţi colegi din rândurile personalului / vizitatorilor / apeluri reexaminate care au fost înregistrate special în acest scop; vezi Capitolul 2.4.4.).

Şi, în al treilea rând, printr-un:

***Studiu cu privire la clienţi*** (utilizarea chestionarelor, vezi exemplu în Capitolul 2.4.4.).

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Abordare specifică**

Ulterior consilierii prin telefon, consilierul sau, preferabil, o persoană din afara instituției, ar trebui să aplice periodic clienților un studiu detaliat pe bază de chestionar.

Acest lucru se face după cum urmează:

1. La sfârșitul convorbirii, consilierul îl informează pe client că ar dori să-i solicite, la rândul său, o serie de reacții cu privire la consilierea prin telefon care tocmai s-a consumat.

   Solicitantul este rugat să răspundă spontan la o serie de întrebări. Scopul acestui studiu este de a monitoriza calitatea serviciului, să învețe din greșeli și să determine gradul de satisfacție a clientului. Fiecare îmbunătățire ar putea fi de folos și solicitantului. Și, apoi, mai este *motto*-ul nostru: "*Nu există aproape nici o putere care să nu poată fi dezvoltată.*"

2. După ce a furnizat pe scurt informațiile descrise mai sus, consilierul îl transferă pe solicitant unei terțe persoane (prin centrala de triere).

   Această persoană a fost instruită adecvat și va pune solicitantului întrebările prevăzute în cadrul studiului.

   Avantajul: terța persoană nu este implicată în procesul de consiliere și este de așteptat să fie mai obiectivă / neutră, nepărtinitoare.

3. Rezultatul obținut (respectiv chestionarul completat) ajunge înapoi la consilier pentru reflecție internă.

Cu toate acestea, este util să se permită consilierului propria sa etapă de reflecție imediat după sesiunea de consiliere prin telefon și înainte de primirea rezultatului studiului (reacții de la solicitant). De exemplu, utilizând chestionarul din Capitolul 2.4.4. sau reascultând convorbirea înregistrată.

**Reguli importante**

Studiile trebuie întotdeauna evaluate la niveluri diferite.

Utilizare periodică; de exemplu, a deciziei de a evalua 10-20 de apeluri cu privire la orientarea prin telefon în cursul următoarei luni.

- Evaluarea prin:
  - Studiu cu privire la clienți (chestionar),
  - Autoevaluare (fișă de reflecție),
  - Control prin intermediul înregistrărilor apelurilor (pe benzi audio),
  - Vizite: un coleg examinează periodic metodele existente de evaluare și oferă reacții. Acest lucru poate fi efectuat și în echipă.



BCU IASI CENTRU UNIVERSITAR LIBRARY

- Dacă solicitantul dorește și adresa acestuia este consemnată în documentația consilierului, atunci chestionarul îi poate fi trimis și prin poștă, astfel încât să îl poată completa singur.

- Anonimatul

  Ar trebui ca anonimatul să fie garantat? La analiza finală, acest lucru trebuie decis de consilier și de instituția vizată.

  Cu toate acestea, cel mai mare număr de potențiale îmbunătățiri este implementat atunci când consilierul poate combina afirmațiile făcute de către solicitant cu propriile sale impresii și experiențe (autoreflecție, înregistrări audio, vizite).

  Tindem, prin urmare, să pledăm pentru reacții deschise și transparente.

**Vizitele în consilierea la distanță ca oportunitate de învățare**

Vizitele

De câțiva ani, în cadrul Serviciului de Consilierea Carierei al Principatului Liechtenstein s-au desfășurat vizite regulate ca parte al conceptului de management al calității. Inițial conceput pentru sesiuni de orientare față în față, acest model poate fi ușor aplicat și consilierii la distanță. Conceptul pentru sesiuni de orientare față în față a fost adaptat. Am început cu procesul de învățare și îl utilizăm constant ca pe o oportunitate.

**VIZITE** înseamnă

**V** Învățați unul de la celălalt, înaintați împreună.

**I** Cultivați un stil individual de orientare.

**Z** Absorbiți atmosfera sesiunii de orientare.

**I** Inițiați un schimb de idei.

**T** Creați transparență, deschidere, încredere.

**E** Obțineți / oferiți reacții.

Scopul Proiectului Vizite este să promoveze cooperarea în echipă. Resursele membrilor personalului ar trebui înregistrate și făcute accesibile tuturor în cadrul unui proces de schimb reciproc. Proiectul Vizite vizează activitatea de consiliere, activitățile centrelor de informare în carieră, evenimente informative, seri părinte / copil și **consilierea la distanță**.

BCU "CAROL I" CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

"Vizitele în consilierea la distanță" se referă la vizite:

- În timpul unui apel cu privire la consilierea la distanță (ascultare, prezență).
- Analiza pe baza unei înregistrări audio.
- Exerciții, jocuri de rol, formare cu privire la activitățile prin telefon ca parte din formarea periodică în cadrul unei echipe.

Evaluarea unui apel de consiliere la distanță:

- "Fișa de observare cu privire la canalizarea discuțiilor" utilizată pentru formarea consilierilor carierei în Elveția este extrem de utilă pentru vizite și întâlniri ulterioare de evaluare (vezi Capitolul 2.4.4.). Vizitatorul va citi, de asemenea, chestionarele de autoevaluare (vezi Capitolul 2.4.4.).
- Acest instrument și schimburile profesionale și personale corespunzătoare funcționează doar pe o bază de încredere reciprocă și cu convingerea și dorința de a beneficia de oportunități suplimentare de învățare. Dorința de a învăța a tuturor consilierilor este o cerință fundamentală.
- Există un număr de alte metode de sprijin și schimburi profesionale, cum ar fi:
  - Pregătirea,
  - Intervizarea,
  - Supervizarea.
- Aceste metode pot contribui substanțial la asigurarea calității. În principiu, toate metodele și procedurile utilizate pentru canalizarea discuțiilor în sesiunile de orientare față în față pot fi utilizate în consilierea la distanță, într-o formă ușor modificată. Din acest motiv, recomandăm consilierilor să studieze volumul "*Handbuch Beratungskompetenzen*" al colegilor Bernd-Joachim Ertelt și William E. Schulz, publicată de Rosenberger Fachverlag, Leonberg 2002, ISBN 3-931085-36-8.

### 2.4.3. Utilizarea instrumentelor de managementul calității în consiliere

**Instrumente pentru autoobservare, autoevaluare, reflecție în consiliere la distanță**

- Evaluarea apelului cu privire la consiliere (întrebări pentru consilier) - chestionar al Serviciului de Consilierea Carierei al Principatului Liechtenstein - vezi Capitol 2.4.4.



BCU IASI/CETITEA LA UNIVERSITY LIBRARY

- Protocol de apel, pentru reflecție personală sau reflecție împreună cu un vizitator / supervizor. Formular al Serviciului telefonic pastoral Vorarlberg / Austria, adaptat pentru consiliere la distanță, vezi Capitol 2.4.4.
- Formular "Caracteristici ale discursului", Wifi Vorarlberg / Austria, vezi Capitol 2.4.4.
- Formular de observare pentru orientare prin telefon - consiliere la distanță (versiune completă), BIFO Vorarlberg / Austria, vezi Capitolul 2.4.4.
- Autoevaluarea comunicării: "Comportamentul meu la telefon", Login, Berlin / Germania, vezi Capitolul 2.4.4.
- Aspecte organizaționale: "Pregătirea de servicii prin telefon și integrarea în secvențe de consiliere", Login, Berlin / Germania, vezi Capitolul 2.4.4.
- Formular de protocol 2C, Dr. Karl Frey, Zürich / Elveția, adaptat pentru consiliere la distanță. Formular pentru proiecte suplimentare, vezi Capitol 2.4.4.
- Proiect 2C "Consiliere la distanță", Proiect al Serviciului de Consilierea Carierei al Principatului Liechtenstein 2002 / 2003, vezi Capitol 2.4.4.

**Instrumente pentru observare externă, evaluare externă în consilierea la distanță**

- Consilierea la distanță - Formular de observare pentru vizitatori (Verband für Berufsberatung, Zürich / Elveția), vezi Capitol 2.4.4., adaptat pentru consilierea la distanță.
- Evaluarea apelului de consiliere la distanță pe baza proiectului de vizite al Serviciului de Consilierea Carierei al Principatului Liechtenstein, vezi Capitol 2.4.4.
- Formular "Caracteristicile discursului", Wifi Vorarlberg / Austria, vezi Capitol 2.4.4.
- Fișă de observare pentru observare telefonică - consiliere la distanță (versiune integrală), de la BIFO Vorarlberg / Austria, vezi Capitol 2.4.4.

**Instrumente pentru studii cu privire la clienți în consilierea la distanță**

- Evaluarea consilierii la distanță în timpul orientării carierei (studiu cu privire la clienți), chestionar, Serviciului de Consilierea Carierei al Principatului Liechtenstein, vezi Capitol 2.4.4.

**Instrumente de observare pentru clienți, consilieri și observatori**

- Conform cursului de formare "Consiliere la distanță" - Katharina Trlicova, Slovacia.

BCU IAȘI CENTRU UNIVERSITAR LIBRARY

Instrucțiuni:

În timpul **primei etape** de exerciții practice, ascultați problemele clientului și răspunsurile consilierului. În acest scop se utilizează aceleași telefoane (cu un canal de conferințe) ca acelea care se utilizează în activitatea curentă, în special între consilier și supervizor. Supervizorul poate, prin urmare, urmări procesul de comunicare și poate chiar interveni, dacă este necesar. Acesta este un mod de sprijin și control, dar nu în termenii unei evaluări negative, ci pentru a dezvolta în continuare abilitățile de comunicare prin analiză și reacții. Consilierul are, de asemenea, dreptul de a asculta conversațiile supervizorului, pentru a-și îmbunătăți abilitățile și cunoștințele și pentru a-și reconsidera propriile metode. Aceasta poate fi considerată o metodă de control al calității cu privire la activitatea cuiva și o șansă de a lucra cu consilieri și supervizori experimentați. Puteți pune întrebări și primi răspunsurile adecvate. Cu toții sunt acolo pentru a vă ajuta.

**Cea de-a doua etapă** este dedicată discutării unor anumite ședințe de consiliere. Rugați un consilier sau un supervizor să fie prezent în timpul conversației dumneavoastră. După ce ați terminat convorbirea, relaxați-vă și luați notițe, apoi solicitați o analiză. Fiți deschiși și acceptați critica.

Îmbunătățirea profesionalismului, sprijinului și protecției consilierului

Dezvoltarea profesională a consilierilor depinde de managementul fiecărei instituții. Sunt incluse aici formarea inițială și cursurile avansate.

Aceste programe asigură următoarele:

- **Expertiză** și din ce în ce mai mult *know-how*, esențiale pentru astfel de sarcini interdisciplinare. Aceasta se obține prin prelegeri, seminarii, studiul publicațiilor și antologiilor de specialitate.
- Obținerea și examinarea **abilităților de comunicare** este sprijinită prin formare selectivă, seminarii analitice și ateliere practice.
- Este sarcina **supervizorului**, consilierii individuale și de grup, de a asigura psiho-igiena consilierului în timpul fiecărei sesiuni, iar situațiile generatoare de *stress* sunt descrise acolo, ca și în conversațiile cu colegii. Grupul lui Balint are o mare semnificație pentru o psiho-igienă constantă.

Sunteți recunoscut cu toate drepturile și cu tot ceea ce are legătură cu activitatea dumneavoastră.

Cunoașteți conținutul muncii supervizorului dumneavoastră pentru a fi informat cu privire la drepturile și responsabilitățile acestuia. Cu toții lucrăm în conformitate cu principiile etice ale consilierii prin telefon.

**Concluzii:**

- Putem face doar ceea ce este posibil într-un anumit cadru.
- Nu vom putea niciodată să fim capabili de a rezolva fiecare problemă sau să ştim totul.
- Nu preluăm din responsabilităţile clienţilor,
- Nu acceptăm reacţii în termini de preţuire sau mulţumiri.
- S-a administrat o consiliere eficace atunci când clientul nu mai are nevoie de noi.

Fişă de observare. Vezi Capitol 2.4.4.

**Instrumente pentru investigare în consiliere la distanţă pentru clienţi, consilieri şi observatori**

- Teză de diplomă - Charlotte Metzler-Burren, NABB 5, Elveţia, adaptată pentru formare în domeniul consilierii la distanţă

Am adaptat chestionarul creat pentru un studiu ştiinţific cu privire la consilierea prin telefon în scopurile noastre legate de consilierea la distanţă. Cele două chestionare de monitorizare pentru clienţi, consilieri şi observatori sunt extreme de variate şi exigente. Cu toate acestea, credem că datorită varietăţii lor, pot fi aplicate ca metode de reflecţie din timp în timp. Aceasta este o situaţie de exemplificare, aplicabilă de 3-5 ori pe an, pentru fiecare consilier.

Privim schimbul dintre reacţiile şi observaţiile clientului şi observatorului, pe de o parte, şi impresiile consilierului, pe de altă parte, ca fiind extreme de benefic. Lipsa anonimatului în chestionarea clientului este suplinită de reflecţie aprofundată, ceea ce noi nu considerăm a fi un dezavantaj.

Chestionarul pentru clienţi poate fi, de asemenea, livrat prin poştă în cazul în care scopul acestuia a fost discutat cu clientul în prealabil şi acesta a convenit să colaboreze în procesul de evaluare. Este de dorit să se trimită chestionarele imediat şi să fie returnate într-o săptămână, dat fiind că abilitatea de rememorare scade rapid.

Chestionar pentru clienţi. Vezi Capitol 2.4.4.

Chestionar pentru consilieri şi observatori. Vezi Capitol 2.4.4.

**Rezumat**

Urmărirea calităţii este esenţială pentru toate instituţiile furnizoare de servicii care doresc să fie printre cele mai bune în domeniul lor. Trebuie să urmărim continuu acest principiu.



B.C.U. „M. EMINESCU" IAŞI
BCU IAŞI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Doar o organizație care își examinează critic propria performanță va fi capabilă să îi satisfacă pe cei care au exigențe de viitor în acest domeniu.

**Dacă** nu mai este o problemă pentru aplicarea managementului calității - doar **cum** ar trebui să-l asigurăm se mai află în discuție. Managementul calității permite să ne recunoaștem punctele tari și punctele slabe și să luăm măsurile necesare.

- Să ne deschidem. Să ieșim în exterior.
- Să dăm transparență activității noastre.
- Să fim flexibili.
- Să scăpăm de teama de schimbare sau de inovații.
- Să răspândim curaj și optimism.
- Să avem credință în viitor și în tânăra generație.
- Să devenim mai dispuși să ne asumăm riscuri.

Zilele în care consilierii carierei activau departe de ochii publicului fără a trebui să se prezinte în fața clientului s-au dus. Și acesta este un lucru bun!

Din propria noastră experiență, ca parte a echipei Serviciului de Consilierea Carierei al Principatului Liechtenstein, știm că merită să demarăm acest proces. Activitatea de calitate are recompensele ei - și dacă există și recunoaștere externă (calitatea impactului și a rezultatelor), acestea sunt chiar mai mari.

Instrumentele descrise în acest manual pot stimula, cu siguranță, procesul de management al calității. Să încercăm! Cu toate acestea, instrumentele sunt și ele supuse schimbării, pot și trebuie să fie adaptate și să inspire noi experimente.

Este mai bine să spunem că am încercat una sau alta (de obicei, cu diferite grade de succes), decât să fim nevoiți să recunoaștem că încă ne mai gândim să demarăm una sau alta.

Am dori să încheiem cu un apel finanțatori și cei care dețin poziții de responsabilitate în guvern și alte poziții înalte în societate să facă investiții pe termen mediu și lung în activitățile de orientare (cadrul situațional) pentru a dezvolta un nivel de susținere justificat.

**Managementul calității** trebuie văzut ca:

- dezvoltare,
- inovație,
- arie de activitate creativă,
- proces de învățare,
- proces de formare.



BCU IASI CULTURAL UNIVERSITY LIBRARY

Calitatea va spori satisfacția pentru propria noastră muncă. Identificarea cu locul de muncă, respectiv cu serviciul de consiliere este o contribuție importantă la satisfacția angajaților.

Cele trei **variabile cheie:**

- satisfacția clientului,
- satisfacția angajatului,
- inovare și creativitate

comunică, fără îndoială, una cu cealaltă. Ele constituie baza înțelesului și scopul muncii noastre și, prin urmare, nu pot fi decât salutare pentru cei care ne solicită sfatul.

**Consilierea la distanță** este o formă de orientare deosebit de interesantă și plină de provocări - care, în unele zone, urmează legi diferite de cele care se referă la consilierea față în față.

Provocarea este remarcabilă; s-o întâmpinăm cu sugestii și instrumente propuse în acest manual.

Este nevoie de curaj pentru viitor; să ne exploatăm integral potențialul!

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## 2.4.4. Instrumente pentru managementul calității

**Evaluarea apelului cu privire la orientare**

Întrebări pentru consilier

1. Ce aşteptări are clientul de la mine?

.....

.....

2. Care au fost principalele probleme ale clientului? În ce măsură am reuşit să le înțeleg în profunzime?

.....

.....

3. Care au fost obiectivele mele generale şi parțiale?

.....

.....

4. Cât de conştient am fost de modul în care am lucrat / cu ce metode?

.....

.....

5. Ce metode / intervenții au fost în mod deosebit utile?

.....

.....



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

6. Care a fost gradul de motivare cu care clientul a abordat procesul de găsire a unei soluții la problema sa?

.....

.....

7. Ce etape / intenții ale clientului au fost critice / dificil de depășit?

.....

.....

8. În ce măsură au fost satisfăcute așteptările clientului?

.....

.....

9. Ce mi-a plăcut / cum m-am descurcat în cazul apelului de față?

.....

.....

10. Ce a lipsit în apelul de orientare?

.....

.....

*Formular: Serviciul de Consilierea Carierei al Principatului Liechtenstein*

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Protocol de apel**

Bază pentru reflecție personală sau reflecție împreună cu un vizitator sau supervizor

Numărul apelului: .... Data: ..... Ora: de la ..... la .....

Solicitant identificat ☐ Anonim ☐ Situație familială: .....

gen: M: ☐ F: ☐ Raport întocmit de: .....

- Prima propoziție a solicitantului:

.....

- Problema şi situația solicitantului:

.....

.....

- Cursul discuției:

.....

.....

- Concluzia discuției, acorduri:

.....

.....

**Modelul relației:**

- Ce ar trebui consilierul să fie pentru solicitant?

.....

.....



BCU IAȘI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Ce ar dori consilierul să fie pentru solicitant?

.....

.....

- Ce relație se dezvoltă între consilier și solicitant?

.....

.....

- Când reconstitui, ulterior, discuția, despre ce aș dori să vorbesc?

.....

.....

- Cum mă simt acum, după ce s-a încheiat discuția?

.....

.....

- Sugestii de contact cu solicitantul.

.....

.....

- Cu cine ar putea / poate fi încă discutat apelul în cauză?

.....

.....

**Sugestii de reflecție asupra unui apel pentru colegul vizitator:**

- Structurarea apelului pe baza formularului de raport.
- A fost limpede ce dorește solicitantul?
- Ce ați auzit?
- Ce a fost util?



BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Ce a funcționat bine?
- Reacțiile consilierului, cât și ale solicitantului.

**Posibile domenii cheie în vederea observării:**

- Cum a început discuția?
- Cum l-ați perceput pe consilier? A fost acesta mai precaut, mai pretențios sau mai predispus spre confruntare?
- Cum este vocea sa? (fermă, blândă etc.)
- I se pot distinge propriile atitudini / valori?
- Cum a fost tempo-ul? (rapid sau relaxat)
- În ce punct al discuției au apărut incertitudini?
- Aș putea furniza o structură, reacții? Solicitantul a înțeles contextual, cum a putut fi recunoscut acesta?
- Ce sentimente au fost perceptibile?
- Care au fost concluziile discuției?

*Formular: Serviciul telefonic pastoral Vorarlberg / Austria, adaptat pentru Consiliere la distanță*

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## Caracteristici ale discursului

| | | Observații |
|---|---|---|
| Caracter prietenos | ☐ prietenos<br>☐ neprietenos | |
| Articulare / Comprehensibilitate | ☐ clar<br>☐ neclar | |
| Volum | ☐ prea încet<br>☐ plăcut<br>☐ prea tare | |
| Registrul vocii / Calitatea tonului | ☐ prea înalt<br>☐ simpatetic<br>☐ prea jos | |
| Intonație / Expresie | ☐ vioi<br>☐ monoton | |
| Pauze | ☐ prea puține<br>☐ potrivit<br>☐ prea multe | |

*Formular: "Centrala telefonică - Carte de vizită a firmei dumneavoastră", curs Wifi - Vorarlberg / Austria*

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## Fişă de observare pentru consilierea telefonică - consilierea la distanţă

Data şi ora apelului: ..... Durata apelului: .....

Unde lucrează consilierul: .....

**1. Informaţii despre persoanele implicate:**

| | Consilier | Solicitant |
|---|---|---|
| Vârsta | | |
| Genul | | |
| Locul şi zona de rezidenţă | | |
| Limba maternă | | |
| Formare educaţională şi profesională | | |
| Statut curent - cu detalii (student, angajat, şomer) | | |

**2. Motivul apelului:**

Apel în numele:

- ☐ propriu
- ☐ fiului / fiicei
- ☐ unui prieten
- ☐ partenerului
- ☐ alte situaţii .....



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Probleme (se pot indica mai multe opțiuni):

- ☐ a terminat școala / programul de formare / universitatea. Ce să facă acum?
- ☐ probleme la școală / programul de formare / universitate.
- ☐ insatisfacții / probleme cu cariera / locul de muncă.
- ☐ informații cu privire la carieră sau educație.
- ☐ dorește ajutor în luarea unei decizii.
- ☐ probleme personale.
- ☐ caută un loc de muncă.
- ☐ altă problemă: .....
- ☐ problemă ascunsă: .....

**3. Evaluarea problemei / transferul informației:**

A primit solicitantul informațiile, sfaturile de care are nevoie în situația sa?

☐ da ☐ nu

Dacă nu, care este / ar fi fost măsura adecvată:

- ☐ consiliere față în față după o întâlnire (aprox. 1 h / întâlnire, câteva date propuse pentru întâlniri).
- ☐ trimiterea la un serviciu de consilierea carierei.
- ☐ scurt interviu la centrul de informare (aprox. 15 min., fără întâlnire fixată în prealabil).
- ☐ alt serviciu de consiliere: care? .....

  .....

Cum s-a produs transferul de informație?

- ☐ prin telefon.
- ☐ trimiterea informațiilor prin poștă.
- ☐ prin *e-mail.*
- ☐ furnizarea de informații cu privire la *web site*-uri, adrese de *e-mail.*
- ☐ oferirea de informații despre alte agenții care ar putea să-i ofere ajutor.
- ☐ alte situații: .....



BCU IAȘI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**4. Starea emoțională a solicitantului:**

| | | | |
|---|---|---|---|
| Presat de timp - în căutarea unei decizii rapide | ☐ da | ☐ oarecum | ☐ nu |
| Bine informat | ☐ da | ☐ oarecum | ☐ nu |
| Se cunoaşte pe sine şi îşi ştie problemele | ☐ da | ☐ oarecum | ☐ nu |
| De fapt luase deja o decizie | ☐ da | ☐ oarecum | ☐ nu |
| Încordat | ☐ da | ☐ oarecum | ☐ nu |
| Neajutorat, nu ştie ce să facă | ☐ da | ☐ oarecum | ☐ nu |

Alte comentarii:.....

Cum a reacționat consilierul la starea emoțională a solicitantului?

.....

**5. Următoarele subiecte au fost tratate de consilier împreună cu clientul:**

- ☐ abordare în vederea alegerii unei cariere.
- ☐ informații cu privire la carieră / școală (conținut, cerințe, costuri, durată, locații...).
- ☐ educație / formare continuă (conținut, cerințe, costuri, durată, locații...).
- ☐ alternative cu privire la carieră / educație.
- ☐ universitate, colegiu.
- ☐ plecare în străinătate (pentru muncă, studiu).
- ☐ începutul carierei / căutarea unui loc de muncă (salariu, satisfacție personală, *status*, promovare profesională).
- ☐ perspective în carieră, probleme pe piața muncii etc.
- ☐ burse / subvenții.
- ☐ clientul care solicită consiliere are probleme (șomaj, alegerea școlii).
- ☐ informații despre consilier / organizaționale.
- ☐ secvențe ale orientării.
- ☐ întrebări despre aptitudini, teste de clarificare.
- ☐ alte situații: .....



BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**6. Comunicare:**

Salutul (numele instituției și al consilierului au fost:

| | | | |
|---|---|---|---|
| Clar articulate?) | ☐ bine | ☐ destul de bine | ☐ rău |
| Calitatea vocii (ton, ...) | ☐ bine | ☐ destul de bine | ☐ rău |
| Viteza vorbirii (egală, rapidă, ...) | ☐ bine | ☐ destul de bine | ☐ rău |
| Căldura vocii / voce prietenoasă | ☐ bine | ☐ destul de bine | ☐ rău |
| Comprehensibilitate (probleme de comunicare) | ☐ bine | ☐ destul de bine | ☐ rău |
| Limbaj adecvat? | ☐ bine | ☐ destul de bine | ☐ rău |
| Încurajarea solicitantului în timpul convorbirii (de exemplu, prin onomatopee)? | ☐ bine | ☐ destul de bine | ☐ rău |
| A identificat starea de spirit a solicitantului din vocea acestuia (ton, oftat, ...) și a reacționat? | ☐ bine | ☐ destul de bine | ☐ rău |
| A ascultat bine? | ☐ bine | ☐ destul de bine | ☐ rău |
| Au fost create condiții astfel încât solicitantul să poată vorbi liber? | ☐ bine | ☐ destul de bine | ☐ rău |

Cum? .....

Procentaj al discursului?

100% solicitant — 100% consilier

Alte comentarii, descrierea comunicării etc.: .....

.....

**7. Relaționarea / comportamentul / emoțiile:**

**Relația față de solicitant:**

| | | | |
|---|---|---|---|
| Empatic | ☐ bine | ☐ destul de bine | ☐ rău |
| Apreciativ | ☐ bine | ☐ destul de bine | ☐ rău |
| Sincer | ☐ bine | ☐ destul de bine | ☐ rău |
| Sensibil (parțialitate / apropiere) | ☐ bine | ☐ destul de bine | ☐ rău |

Alte situații: .....



BCU IAȘI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Comportamentul consilierului:**

| | | | |
|---|---|---|---|
| A încurajat solicitantul să vorbească? | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| A ascultat atent? | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| A pus întrebări deschise? | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| A solicitat explicații? | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| A rezumat discuția? | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| A oferit informații? | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| A fost înțelegător? | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| A fost serviabil? | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| A fost răbdător? | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| Dacă discuția a deviat de la subiect, uneori, consilierul a oprit această evoluție la timp? | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |

**Comportamentul solicitantului:**

| | | | |
|---|---|---|---|
| Tăios | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| Pretențios | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| Condescendent | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| Căutând ajutor | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| Disperat | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| Nesigur | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |

Alte situații: .....

| Emoțiile: | consilierului | clientului |
|---|---|---|
| Încrezător | | |
| Neliniștit | | |
| Obiectiv | | |
| Motivat | | |
| Curios | | |
| Optimist | | |



BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

| | | |
|---|---|---|
| Încordat | | |
| Stresat | | |
| Indecis | | |
| ..... | | |

**8. Cum s-a simţit consilierul în timpul discuţiei?**

| | | | |
|---|---|---|---|
| Orientarea prin telefon a decurs bine? | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| A vrut mereu să ştie ce vrea solicitantul? | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| A fost concentrat? | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| A demonstrat competenţă de orientare? | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| A avut suficient timp pentru solicitant? | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| A fost simplu să afle ce doreşte solicitantul? | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| A ştiut mereu cum să răspundă clientului? | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| Apelul l-a stresat? | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| S-a simţit relaxat şi în largul său în timpul discuţiei? | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| Nu a fost îngrijorat ca va reacţiona greşit. Dacă nu, de ce? ..... | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| A atins / definit scopul orientării? | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |
| L-a ajutat pe solicitant să ia o decizie? | ☐ da | ☐ câteodată | ☐ nu |

**9. Reacţiile observatorului:**

Discuţia a decurs adecvat sau consilierul ar fi trebuit să reacţioneze altfel în unele cazuri?

.....

Ce probleme au fost mai puţin vizibile? .....

.....

*Formular: BIFO Vorarlberg / Austria*

BCU IAŞI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## Autoevaluarea comunicării
Comportamentul meu la telefon

Acest formular de testare ar trebui să ofere sugestii cu privire la modul în care vă puteți monitoriza și îmbunătăți treptat comportamentul la telefon. Acest lucru ar trebui făcut la intervale regulate.

Alegeți o secțiune din această listă și completați-o. Cele mai multe din punctele de mai jos vă sunt cunoscute, însă este posibil să nu fiți întotdeauna conștient de unele dintre ele.

Afirmațiile individuale vă dau ocazia să vă reamintiți diverse subiecte și recomandări și să vă accentuați preocuparea față de ele. Inițial ar trebui să vă focalizați asupra unui punct sau două pe care doriți să le îmbunătățiți, însă procedați intensiv la aceasta.

Adaptați metoda și lista condițiilor din instituția dumneavoastră la cerințele dumneavoastră individuale. Suplimentați și modificați zonele pe care puneți accent!

| **Evaluați-vă pe o scară de la 5 - la 1:** | **mereu ---- niciodată** |
|---|---|
| | **5 4 3 2 1** |
| 1. Când sună telefonul mă concentrez imediat asupra apelului. | |
| 2. Reținn numele interlocutorului și îl notez imediat. | |
| 3. Am grijă ca interlocutorul să-mi înțeleagă terminologia. | |
| 4. Iau notițe în timp ce vorbesc și le finalizez după terminarea convorbirii. | |
| 5. Îmi adaptez viteza cu care vorbesc la cea a interlocutorului. | |
| 6. Fac și alte lucruri în timpul convorbirii. | |
| 7. Vorbesc rar în același context pentru mai mult de 60 de secunde. | |
| 8. Dacă nu sunt sigur de informațiile mele, îi atrag atenția interlocutorului cu privire la acest lucru. | |
| 9. Verific dacă interlocutorul m-a înțeles. | |



BOUNSICENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

| | |
|---|---|
| 10. Dacă apelul mă deranjează, îi atrag atenția solicitantului în mod direct sau indirect. | |
| 11. Mă asigur întotdeauna că interlocutorul are timp și disponibilitate pentru discuție. | |
| 12. Interlocutorul întreabă din când în când "mai sunteți acolo?" | |
| 13. Returnez totdeauna și prompt apelurile clienților. | |
| 14. Ofer interlocutorului suficiente ocazii să se gândească și să răspundă. | |
| 15. Vorbesc mai tare la telefon decât de obicei. | |
| 16. Închei convorbirile cu interlocutori neplăcuți mai repede decât ar trebui. | |
| 17. Sunt prietenos la telefon și zâmbesc când îi salut. | |
| 18. Ridic repede receptorul când sună telefonul. | |
| 19. Notițele pe care le fac în timpul unei convorbiri sunt atât de dificil de citit, încât nu le pot descifra bine mai târziu. | |
| 20. Lucrurile pe care le spun des la telefon par, câteodată, destul de monotone sau "recitate". | |
| 21. Nu vorbesc decât despre lucruri care sunt importante pentru interlocutor. | |
| 22. Pot termina o conversație fără să par neprietenos sau repezit. | |
| 23. Fac un efort să fiu empatic la telefon. | |
| 24. Repet întotdeauna date, cifre și alte informații importante în timpul discuției. | |
| 25. Folosesc cuvinte sau expresii de confirmare în cursul etapelor în care am ascultat mult. | |
| 26. Sunt total dedicat atunci când vorbesc la telefon. | |
| 27. Pun repede întrebări cu privire la motivul apelului. | |

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

| | |
|---|---|
| 28. Am sentimentul că interlocutorul mă ascultă cu interes. | |
| 29. Mă adresez interlocutorului pe nume. | |
| 30. Verific constant dacă interlocutorul m-a înțeles. | |
| 31. Reuşesc să generez deschidere şi încredere la interlocutor. | |
| 32. Ocazional scot sunete care indică jena sau sfiala. | |
| 33. Comunic cu terțe persoane în timpul unei convorbiri, de exemplu prin expresii faciale şi gesturi. | |
| 34. Folosesc termeni tehnici şi abrevieri care îmi sunt familiare fără să mă gândesc dacă acestea îi sunt cunoscute interlocutorului. | |
| 35. Folosesc deliberat tehnici retorice în timpul discuției. | |
| 36. Am o voce caldă şi plăcută. | |
| 37. La sfârşitul discuției, mulțumesc interlocutorului pentru apel sau pentru interes. | |
| 38. Sunt capabil să mă exprim într-o manieră dinamică şi vioaie. | |
| 39. Întrerup interlocutorul dacă pot astfel accelera discuția. | |
| 40. Simt instinctiv starea de spirit a interlocutorului şi pot arăta înțelegere pentru aceasta. | |
| 41. Dacă nu mă concentrez, îmi scapă expresii sau nu îmi găsesc cuvintele. | |
| 42. Mă străduiesc să răspund clar şi pe înțeles la telefon. | |
| 43. Fumez sau beau în timpul unei convorbiri. | |
| 44. Dacă nu am chef de conversație la telefon, vorbesc monosilabic şi nu pun aproape nici o întrebare. | |

*Formular: Login Berlin / Germania*



BCU INSTITUTUL CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## Aspecte organizaționale

### Pregătirea pentru servicii prin telefon și integrarea acestora în secvențe de consiliere

Instituțiile care furnizează servicii sunt evaluate, în primul rând extern, conform modului în care își servesc clienții.

Angajații își văd și înțeleg frecvent propriile instituții în termenii procedurilor și principiilor interne și aplică rutine de lucru.

În consecință, serviciile de consiliere pot trece cu vederea câteodată aspecte importante legate de abordarea clienților.

Lista de "probleme aparent evidente" ar trebui să vă ajute să depășiți aceste scăpări prin examinarea regulată a modului în care vă organizați munca în funcție de criterii obiective.

Examinați standardele definite mai jos. Cele care nu pot fi confirmate vă indică domeniile unde trebuie să luați măsuri.

Adaptați această metodă și lista condițiilor din instituția dumneavoastră și propriilor cerințe individuale.

Suplimentați și modificați secțiunile și întrebările.

**A. Disponibilitate**

1. Verificați momentele în care sunteți disponibil pentru a răspunde apelurilor telefonice:

   Există perioade care se conformează standardelor uzuale pentru instituțiile furnizoare de servicii telefonice.

   Sunteți disponibil cu regularitate în aceste perioade.

2. Verificați regulat ce se întâmplă "când vă sunați singur":

   După o perioadă rezonabilă, cineva răspunde la telefon sau apelul este transferat.

   Există un semnal sonor de așteptare care nu este foarte deranjant.

   În afara orelor de program răspunde un robot telefonic cu un mesaj cuprinzând informații amabile și pe înțeles.

BCU IAȘI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

3. Cum sunt transferate apelurile:

Solicitantului i se comunică nume şi numere de telefon.

Solicitantul este conectat rapid şi nu este lăsat să aştepte.

Solicitantul este informat cu privire la diversele competenţe specializate ale personalului.

**B. Serviciul de consiliere ca instituţie omogenă furnizoare de servicii**

Informaţii relevante comparabile şi care pot fi reproduse sunt obţinute de la fiecare solicitant care sună pentru prima oară.

De fiecare dată când clientul revine, aceste informaţii pot fi obţinute repede şi simplu de către fiecare membru al personalului (sau înlocuitorii acestora).

Toţi membrii personalului se pot înlocui unul pe celălalt.

Sunteţi mereu informat de prezenţa şi absenţa colegilor.

Aveţi acces la liste actualizate de adrese şi telefoane importante.

Tehnologia de comunicare uzuală poate fi utilizată cu uşurinţă.

**C. Punctul de lucru**

Aveţi un telefon modern, integrat într-un sistem telefonic eficient.

Puteţi auzi tare şi clar vocea interlocutorului, se poate utiliza o cască telefonică.

Sunteţi familiarizat cu echipamentul.

Vă simţiţi confortabil la punctul de lucru, puteţi lua pauze rapide pentru a vă relaxa în linişte.

Sunteţi protejat din punct de vedere acustic şi vizual, astfel încât puteţi lucra fără a fi distras.

Toate materialele şi echipamentele de care aveţi nevoie se află la îndemână.

*Formular: Login Berlin / Germania*

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## Plan 2C

Calitate și Calificare

Denumire: .....

Funcție: .....

Opțiunea nr.: ..... Cuvânt cheie pentru opțiune: .....

pentru perioada: de la ..... la .....

Care este **sarcina** sau **activitatea**? Sunt suficiente cuvinte cheie. .....

.....

**De ce** mă ocup eu cu aceasta? Sunt suficiente cuvinte cheie. .....

.....

**Scop**: Ce ar trebui să se fi obținut până la sfârșitul perioadei C? Specificați cât mai multe detalii. Dacă este posibil, un singur scop. .....

.....

**Abordare**: A. Ce fac pentru a atinge scopul? Specificați cât mai multe detalii: pasul 1., pasul 2. etc. B. În ce condiții? În ce situație? Când? .....

.....

.....

**Evaluare**: A. Indicatori (în general, 2-3 puncte: ce înseamnă foarte bine? ce înseamnă bine? ce înseamnă adecvat? B. Cine controlează? C. Când? D. Cum?)

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

A. Ce înseamnă **foarte bine**, când sunt foarte **satisfăcut** cu rezultatul meu 2C?

.....

Ce înseamnă **bine**, când sunt **satisfăcut** cu rezultatul meu 2C?

.....

Ce înseamnă **destul de slab**, când sunt **nesatisfăcut** cu rezultatul meu 2C?

.....

B. **Cine** controlează atingerea / neatingerea scopului?

.....

C. **Când** se efectuează controlul?

.....

D. **Cum**, cu ce instrumente se efectuează controlul?

.....

**Protocol pentru întâlnirea de evaluare**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Data: Angajat: Superior:

..... ..... .....

*Formular Metoda 2C - Prof. Dr. K. Frey, Zürich, adaptat pentru consilierea la distanță*



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## Plan 2C
Calitate şi Calificare

Denumire: ***Serviciul de Consilierea Carierei al Principatului Liechtenstein / toţi***

Funcţie: .....

Opţiunea nr.: *1/02* Cuvânt cheie pentru opţiune: ***Consilierea la distanţă***

pentru perioada: de la ..... *01.01.2002* ..... la..... *30.06.2002*...

Care este **sarcina** sau **activitatea**? Sunt suficiente cuvinte cheie.

*Consilierea la distanţă.*

*Pentru a analiza, monitoriza, reflecta cu privire la modul în care ofer consiliere prin telefon şi pentru a-mi optimiza activitatea. Reflecţia vizează: ce s-a petrecut, care a fost problema principală, cum i s-a răspuns, cum a fost rezolvată?*

**De ce** mă ocup eu cu aceasta? Sunt suficiente cuvinte cheie.

*Pentru a oferi consiliere prin telefon mai eficient şi competent.*

**Scop**: Ce ar trebui să se fi obţinut până la sfârşitul perioadei 2C? Specificaţi cât mai multe detalii. Dacă este posibil, un singur scop.

*Analiza modului în care furnizez consiliere prin telefon (ce întrebări se pun?). Se vor identifica şi înregistra situaţii tipice. Se vor colecta exemple practice de consiliere. Timp: Efort / Revenire.*

**Abordare**: A. Ce fac pentru a atinge scopul? Specificaţi cât mai multe detalii.: pasul 1., pasul 2. etc. B. În ce condiţii? În ce situaţie? Când?

*Control regulat al apelurilor preluate de mine, ascultare conştientă (automonitorizare).*

*Înregistrare apeluri (bandă audio), analiză apeluri, reflecţie.*

*Vizitare: ascultare, observare (verbală / nonverbală), 2-3 x cu colegi - prin rotaţie.*

*Colectare, colaţionare şi elaborare de protocoale de exemple practice de consiliere.*

BCU IASI CENTRALA UNIVERSITY LIBRARY

*Solicitări tipice / ce categorii de clienți, analiză 3-4 exemple (protocoale sau bandă audio) care ar putea fi adecvate formării pentru consilierea prin telefon.*

**Evaluare**: A. Indicatori (în general, 2-3 puncte: ce înseamnă foarte bine? ce înseamnă bine? ce înseamnă adecvat? B. Cine controlează? C. Când? D. Cum?)

A. Ce înseamnă **foarte bine**, când sunt foarte **satisfăcut** cu rezultatul meu 2C?

*Când sarcina este integral îndeplinită în timpul dat.*

Ce înseamnă **bine**, când sunt **satisfăcut** cu rezultatul meu 2C?

*Când cea mai mare parte a aspectelor sarcinii au fost rezolvate.*

Ce înseamnă **destul de slab**, când sunt **nesatisfăcut** cu rezultatul meu 2C?

*Când doar câteva aspecte ale sarcinii au fost rezolvate.*

B. **Cine** controlează atingerea / neatingerea scopului?

*Liderul / Echipa*

C. **Când** se efectuează controlul?

*Iulie / August 2002*

D. **Cum**, cu ce instrumente se efectuează controlul?

*Raportare în cadrul echipei, statistici, analize, exemple.*

| Data | Angajat | Superior |
|---|---|---|
| *9.1.2001* | *MS, BT, MG, MÖ, CG* | *Dr. Karl Jehle* |

**Protocol pentru întâlnirea de evaluare**

.....

.....

.....

| Data | Angajat | Superior |
|---|---|---|
| *9.01.2001* | *MS, BT, MG, MÖ, CG* | *Dr. Karl Jehle* |

*Formular Metoda 2C - Prof. Dr. K. Frey, Zürich, adaptat pentru consilierea la distanță*



BCU IAȘI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## Consiliere la distanță

Fișă de observare pentru vizitatori

Coduri pentru evaluare:
A: remarcabil
B: bine
C: necesită îmbunătățiri
D: inadecvat

**Cu privire la canalizarea discuției**

| | A | B | C | D |
|---|---|---|---|---|
| • Consilierul răspunde adecvat la situația emoțională, intelectuală și fizică a clientului. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| • Răspunde preocupat și obiectiv la ceea spune clientul | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| • Consilierul se exprimă clar și verifică dacă a fost înțeles. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| • Tehnica deschisă și stimulatoare de punere a întrebărilor permite clientului să ia inițiativa cât mai optim posibil. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| • Se dezvoltă un climat de cooperare între consilier și client. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Consilierul oferă reacții constructive. ❒ ❒ ❒ ❒

- Confruntarea este utilizată pentru a susține procesul. ❒ ❒ ❒ ❒

- Consilierul adoptă o poziție atunci când acest lucru este adecvat. ❒ ❒ ❒ ❒

- Se explică clienților ce se întâmplă în cursul consilierii și de ce. ❒ ❒ ❒ ❒

- Structura discuției poate fi precizată în timp ce se desfășoară. ❒ ❒ ❒ ❒

**Cu privire la conținut**

- Preocupările clientului sunt identificate și clarificate. ❒ ❒ ❒ ❒

- Istoria clientului este solicitată în măsura în care este relevantă pentru alegerea carierei. ❒ ❒ ❒ ❒

- Scopurile orientării sunt formulate și acceptate. ❒ ❒ ❒ ❒

- Nevoia clientului de informații este îndeplinită într-o manieră adecvată situației, care încurajează discuția. ❒ ❒ ❒ ❒



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Pe cât posibil, factorii care vor juca un rol important în alegerea carierei (ex. criterii de calitate) sunt luați în discuție și înregistrați în vederea soluțiilor dorite. ❒ ❒ ❒ ❒

- Tehnicile de vizualizare sunt justificate în contextual consilierii și integrate într-o formă care promovează discuția și înțelegerea. ❒ ❒ ❒ ❒

- Sunt planificați și conveniți pași ulteriori. ❒ ❒ ❒ ❒

- Sunt elaborate strategii și pași specifici, iar acolo unde este necesar sunt furnizate elemente ajutătoare în vederea realizării acestora. ❒ ❒ ❒ ❒

- Are loc o etapă de evaluare ❒ ❒ ❒ ❒

*Formular: Swiss Verband für Berufsberatung (SVB), Zürich, adaptat pentru consilierea la distanță*

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## Evaluarea interviului de consiliere "Consilierea la distanță"

La întâlnirea de evaluare se discută ce s-a întâmplat în timpul sesiunii de consiliere. Elemente luate în discuție includ:

- Scopul - a fost atins?
- Stilul de consiliere - cum m-am simțit?
- Aspecte de conținut - cât de clară este procedura? Dar informațiile?
- Acorduri - sunt clari pașii de urmat?
- A făcut clientul progrese în alegerea carierei?
- Efortul - s-a utilizat bine timpul disponibil?
- Consilierea carierei - ce imagine s-a transmis?

Întrebări sau concluzii la care s-au primit răspunsuri în final:

Vizitator:

O să iau asta cu mine.

Asta este ceea ce voi învăța.

O să folosesc asta și în munca mea.

Voi fi mai atent la asta.

Consilier:

Asta a avut un succes deosebit.

Asta am obținut.

Voi fi mai atent la asta.

O să fac asta mai bine data viitoare.

*Formular: Serviciul de Consilierea Carierei al Principatului Liechtenstein*



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Evaluarea serviciului de consiliere la distanță în orientarea carierei**

(studiu cu privire la clienți)

**1. Detalii personale cu privire la solicitant**

Nume şi prenume: .....

Vârstă:..... Gen: ♀ □ ♂ □

Calificări şcolare / educație: .....

Ocupația curentă: .....

**2. Cum ați aflat despre consilierea prin telefon?**

- ❒ informații de la serviciile de consilierea carierei / agenția de ocupare.
- ❒ ziare, anunțuri.
- ❒ prieteni, cunoştințe, familie.
- ❒ altă sursă: .....

**3. Care a fost motivul solicitării dumneavoastră? Voiați:**

- ❒ informații / consiliere despre alegerea carierei, în general.
- ❒ informații / consiliere despre profesii / ocupații.
- ❒ informații / consiliere despre formarea inițială.
- ❒ informații / consiliere despre şcoli.
- ❒ informații / consiliere despre cursuri universitare.
- ❒ informații / consiliere despre formarea gratuită şi oferte de studiu.
- ❒ informații / consiliere despre angajare sau studiu în străinătate.
- ❒ informații / consiliere despre educație / formare continuă.
- ❒ altele: .....

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**4. Aţi obţinut ce aţi dorit? Aţi obţinut informaţiile / consilierea dorite? Cât de satisfăcuţi sunteţi cu privire la consilierea prin telefon?**

- ❒ extrem de satisfăcut, mi-a fost de mare ajutor.
- ❒ satisfăcut, a fost destul de utilă şi am făcut progrese.
- ❒ nu foarte satisfăcut, nu m-a ajutat prea mult.
- ❒ nesatisfăcut, nu m-a ajutat deloc.

**5. Cum apreciaţi competenţa consilierului?**

**Competenţă profesională**

- ❒ foarte bună
- ❒ bună
- ❒ satisfăcătoare
- ❒ nu foarte bună

**Competenţă socială**

- ❒ foarte bună
- ❒ bună
- ❒ satisfăcătoare
- ❒ nu foarte bună

**6. Cum apreciaţi discuţia cu consilierul?**

- ❒ foarte bună, foarte plăcută; foarte competent.
- ❒ bună, prietenoasă; utilă.
- ❒ satisfăcătoare.
- ❒ nu foarte plăcută, nu m-am simţit în largul meu, nu m-am simţit înţeles.
- ❒ neprietenos, incompetent.

**7. Probleme tehnice**

**Cum a funcţionat conexiunea telefonică înainte de a găsi persoana potrivită?**

- ❒ a trebuit să las telefonul să sune mult - de 6 ori sau mai mult / am aşteptat mult timp.
- ❒ am fost transferat mai mult de o dată.

**8. Ce părere aveţi despre persoanele din biroul nostru cu care aţi luat contact prima oară (secretariat, serviciul de triere).**

- ❒ foarte drăguţi şi prietenoşi, m-au transferat imediat către persoana potrivită.
- ❒ bună; prietenoşi, cunoscători.



BCU IAŞI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- ☐ satisfăcător.
- ☐ neplăcută; persoana era stresată, nu prea prietenoasă şi nu cunoştea bine rosturile organizaţiei (m-a transferat unei persoane nepotrivite).

**9. Dacă aţi avea alte întrebări cu privire la alegerea profesiei / carierei, aţi folosi serviciul de consiliere prin telefon cu persoana care v-a consiliat astăzi?**

- ☐ da, bucuros.
- ☐ da, probabil.
- ☐ posibil.
- ☐ puţin probabil.
- ☐ nu.

**10. Dacă aţi mai utiliza serviciile noastre, care ar fi sugestiile dumneavoastră pentru data viitoare (sugestii de îmbunătăţire)?**

.....

.....

**11. Dacă aţi putea indica nivelul de satisfacţie cu privire la consilierea prin telefon pe care tocmai aţi primit-o, pe o scală de la 1 la 10 (1 însemnând foarte nesatisfăcut, 10 însemnând foarte satisfăcut), care ar fi aprecierea dumneavoastră?**

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

**12. Acest studiu ne dă prilejul să învăţăm, reacţiile dumneavoastră ne ajută să ne optimizăm serviciile. Vă mulţumim pentru răspunsurile dumneavoastră spontane. Vă urăm o zi plăcută!**

*Formular: Serviciul de Consilierea Carierei al Principatului Liechtenstein*

BCU IAŞI - ITRAU UNIVERSITY LIBRARY

## Formular de reacții la Consilierea la distanță pentru clienți, consilieri și observatori

**Formular pentru:** ❑ **CLIENT**

***Ați simțit că puteți:***

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Vorbi despre problema dvs. | ❑ | da | ❑ | nu |
| Exprima ceea ce simțiți | ❑ | da | ❑ | nu |

***Consilierul a reacționat adecvat:***

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Tonul vocii | ❑ | da | ❑ | nu |
| Întrebări deschise | ❑ | da | ❑ | nu |
| Afirmații deschise | ❑ | da | ❑ | nu |
| Reacție la sentimentele dumneavoastră | ❑ | da | ❑ | nu |
| Reacție la afirmațiile dumneavoastră | ❑ | da | ❑ | nu |
| Ați avut suficient timp | ❑ | da | ❑ | nu |
| Ați fost tratat respectuos | ❑ | da | ❑ | nu |
| A fost evidentă empatia | ❑ | da | ❑ | nu |
| Vi s-a promis confidențialitate | ❑ | da | ❑ | nu |
| Ați fost rugat să sunați din nou mai târziu | ❑ | da | ❑ | nu |

***Consilierul a reacționat inadecvat:***

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| A formulat întrebări închise | ❑ | da | ❑ | nu |
| A făcut afirmații închise | ❑ | da | ❑ | nu |
| A formulat întrebări de tipul "de ce"? | ❑ | da | ❑ | nu |
| Nu a fost prietenos și amabil | ❑ | da | ❑ | nu |
| A fost panicat | ❑ | da | ❑ | nu |



BCU "CAROL I" CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Consilierul a vorbit prea mult | ❑ | da | ❑ | nu |
| Consilierul a preluat controlul | ❑ | da | ❑ | nu |
| Consilierul a exercitat presiuni asupra dumneavoastră | ❑ | da | ❑ | nu |
| Consilierul s-a comportat ca un şef | ❑ | da | ❑ | nu |
| Consilierul a fost arogant | ❑ | da | ❑ | nu |
| Consilierul a fost părtinitor | ❑ | da | ❑ | nu |
| Consilierul a evitat soluţia problemei | ❑ | da | ❑ | nu |

***Comentarii suplimentare:***

.....

.....

.....

.....

*Pe baza cursului "Consiliere la distanţă" - Katharina Trlicova, Slovacia*

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## Formular de reacții la Consilierea la distanță pentru clienți, consilieri și observatori

**Formular pentru:** ❑ **CONSILIER**

*Ați avut impresia că l-ați ajutat pe solicitant:*

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Să-și spună povestea | ❑ | da | ❑ | nu |
| Să exprime ceea ce simte | ❑ | da | ❑ | nu |

*Credeți că ați reacționat adecvat:*

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Tonul vocii | ❑ | da | ❑ | nu |
| Întrebările deschise | ❑ | da | ❑ | nu |
| Reacția la ceea ce simte solicitantul | ❑ | da | ❑ | nu |
| Reacția la afirmațiile solicitantului | ❑ | da | ❑ | nu |
| I-ați alocat clientului suficient timp | ❑ | da | ❑ | nu |
| A fost clientul tratat respectuos | ❑ | da | ❑ | nu |
| A fost evidentă empatia | ❑ | da | ❑ | nu |
| Ați promis confidențialitate | ❑ | da | ❑ | nu |
| L-ați rugat pe solicitant să sune din nou mai târziu | ❑ | da | ❑ | nu |

*Credeți că ați reacționat inadecvat:*

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Prin întrebări închise | ❑ | da | ❑ | nu |
| Prin întrebări de tipul "de ce"? | ❑ | da | ❑ | nu |
| Nu ați fost suficient de prietenos și amabil | ❑ | da | ❑ | nu |
| Ați fost panicat | ❑ | da | ❑ | nu |
| Ați vorbit prea mult | ❑ | da | ❑ | nu |
| Ați încercat să preluați controlul | ❑ | da | ❑ | nu |



BCU SIBIU CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Ați exercitat presiuni asupra solicitantului | ❑ | da | ❑ | nu |
| V-ați comportat ca un șef | ❑ | da | ❑ | nu |
| V-ați comportat arogant | ❑ | da | ❑ | nu |
| Ați fost părtinitor | ❑ | da | ❑ | nu |
| Ați evitat soluția problemei | ❑ | da | ❑ | nu |

*Comentarii suplimentare:*

.....

.....

.....

.....

*Pe baza cursului "Consiliere la distanță" - Katharina Trlicova, Slovacia*

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## Formular de reacții la Consilierea la Distanță pentru clienți, consilieri și observatori

**Formular pentru:** ❑ **OBSERVATOR**

***În opinia dumneavoastră, clientul a putut:***

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Să-și spună povestea | ❑ | da | ❑ | nu |
| Să exprime ceea ce simte | ❑ | da | ❑ | nu |

***În opinia dumneavoastră, consilierul a reacționat adecvat:***

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Tonul vocii | ❑ | da | ❑ | nu |
| Întrebări deschise | ❑ | da | ❑ | nu |
| Reacție la ceea ce simte solicitantul | ❑ | da | ❑ | nu |
| Reacție la afirmațiile solicitantului | ❑ | da | ❑ | nu |
| I-a acordat clientului suficient timp | ❑ | da | ❑ | nu |
| A fost clientul tratat respectuos | ❑ | da | ❑ | nu |
| A fost evidentă empatia | ❑ | da | ❑ | nu |
| S-a promis confidențialitate | ❑ | da | ❑ | nu |
| A fost rugat solicitantul să sune din nou mai târziu | ❑ | da | ❑ | nu |

***În opinia dumneavoastră, consilierul a reacționat inadecvat:***

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Prin întrebări închise | ❑ | da | ❑ | nu |
| Prin întrebări de tipul "de ce"? | ❑ | da | ❑ | nu |
| Nu a fost prietenos și amabil | ❑ | da | ❑ | nu |
| Consilierul a vorbit prea mult | ❑ | da | ❑ | nu |



BCU INSIC CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Consilierul a preluat controlul | ❑ | da | ❑ | nu |
| Consilierul a exercitat presiuni asupra clientului | ❑ | da | ❑ | nu |
| Consilierul s-a comportat ca un şef | ❑ | da | ❑ | nu |
| Consilierul a fost arogant | ❑ | da | ❑ | nu |
| Consilierul a fost părtinitor | ❑ | da | ❑ | nu |
| Consilierul a evitat soluţia problemei | ❑ | da | ❑ | nu |

***Comentarii suplimentare:***

.....

.....

.....

.....

*Pe baza cursului "Consiliere la distanţă" - Katharina Trlicova, Slovacia*

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## Consiliere prin telefon

### Formular de evaluare pentru clienți

Ați apelat recent la serviciile de orientare și consilierea carierei. Ați afirmat că sunteți dispus să ne furnizați reacții cu privire la experiența pe care ați avut-o și modul în care v-ați simțit în cursul consilierii. Încercăm să fim competenți și dedicați în munca noastră și să venim întotdeauna în întâmpinarea nevoilor clienților noștri. Eforturile noastre ar primi un ajutor substanțial din partea dumneavoastră dacă ne-ați completa acest chestionar și ni l-ați returna în opt zile în plicul timbrat anexat. Dacă oricare din întrebări este nerelevantă pentru apelul telefonic efectuat de dumneavoastră (de exemplu, deoarece solicitarea / problema a fost de o natură diferită), lăsați căsuța respectivă nemarcată. Vă rugăm utilizați fața verso a acestei pagini pentru orice alte comentarii pe care le-ați avea și care nu sunt vizate de întrebările din chestionar.

**Vă solicităm 10 minute din timpul dumneavoastră!**

Completarea acestui chestionar nu ia mai mult de 10 minute. Vă rugăm nu așteptați prea mult înainte de a face acest lucru, ci răspundeți imediat ce aveți încă proaspătă în minte convorbirea cu consilierul nostru.

Dorim să aflăm părerea dumneavoastră. Nu ezitați și nu reflectați prea mult, încercați să bifați spontan căsuțele care vi se par că se potrivesc cel mai bine situației trăite de dumneavoastră. Nu există răspunsuri corecte sau incorecte.

Pentru a simplifica lucrurile, menționăm fie forma feminină, fie cea masculină a numelor persoanelor implicate, dar dorim întotdeauna să includem ambele forme. Mulțumim foarte mult pentru ajutorul și importanta susținere pe care le primim de la dumneavoastră.

Poate doriți să știți că acel consilier cu care ați discutat a completat un chestionar similar imediat după convorbirea cu dumneavoastră.

Dorim să comparăm răspunsurile dumneavoastră cu cele ale consilierului, să învățăm din aceasta și să ne îmbunătățim serviciile de consiliere prin telefon. Pentru noi, aceasta este o ocazie de a învăța. Puteți face foarte mult ajutându-ne în acest efort.

Desigur, toate răspunsurile dumneavoastră vor fi tratate confidențial și utilizate doar în interiorul organizației noastre în scopuri de formare.

Vă mulțumim foarte mult!

Echipa dumneavoastră de orientarea carierei

**Consiliere prin telefon**

Formular de evaluare pentru clienți

**1. Date personale** (opțional):

Numele și prenumele: .....

Adresa: ..... Numărul de telefon: .....

**1.1. Vârsta, genul:**

14 - 20 ani ❑ 21 - 25 ani ❑ 26 - 30 ani ❑ 31 - 40 ani ❑

41 - 50 ani ❑ peste 50 ani ❑

Femeie ❑ Bărbat ❑

**1.2. Limba maternă:**

germană ❑ franceză ❑ italiană ❑ engleză ❑ alta ❑ care? .....

**1.3. Ani absolviți de școală / formare** (selecții multiple):

Școală primară ❑ Gimnaziu ❑ Școală profesională ❑ Liceu ❑

Școală postliceală ❑ Colegiu ❑ Învățământ superior ❑

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Formare profesională | ❑ | Durata: | 2 ani ❑ | 3 ani ❑ | 4 ani ❑ |
| Școală comercială | ❑ | Durata: | 1 an ❑ | 2 ani ❑ | 3 ani ❑ |
| Alte școli tehnice | ❑ | Durata: | 2 ani ❑ | 3 ani ❑ | 4 ani ❑ |
| Colegiu tehnic superior | ❑ | Universitate | ❑ | | |

**1.4. Aveți sau ați avut o meserie?** da ❑ nu ❑

Dacă da: vă rugăm să indicați de câți ani lucrați:



BCU IAȘI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

0 - 1 ❑ 1 - 2 ❑ 2 - 5 ❑ 5 - 10 ❑ mai mult de 10 ani ❑

**1.5. Care este locul de muncă sau activitatea dumneavoastră?** .....

.....

**1.6. Cum ați clasifica localitatea în care locuiți? Este mai degrabă un:**

Oraş mare ❑ Oraş mediu ❑ Oraş mic ❑ Sat ❑ Cătun ❑

**2. La ce serviciu de consiliere ați apelat?**

Centru (Şcolar / Interşcolar) de Asistență Psihopedagogică ❑

Centru de Informare şi Consilierea Carierei ❑

Centru de Informare şi Orientare (pentru cei cu studiile superioare) ❑

Serviciu de consiliere privat ❑

Alt serviciu de consiliere; numiți-l: .....

**2.1. Contacte prealabile:**

Ați mai contactat un serviciu de orientare profesională **prin telefon** pe tema problemei **curente**? da ❑ nu ❑

Ați avut un **interviu** cu un consilier profesional pe tema problemei **curente**? da ❑ nu ❑

Ați mai contactat un serviciu de consiliere profesională prin telefon din cauza unei alte probleme? da ❑ nu ❑

**2.2. De ce ați optat pentru consiliere *prin telefon*?**

Am folosit telefonul (selecție multiplă):

- deoarece speram să obțin mai repede informații de care aveam nevoie da ❑ nu ❑
- pentru că cel mai apropiat centru de consiliere şi informare se află prea departe de mine da ❑ nu ❑
- deoarece prefer neimplicarea contactelor telefonice da ❑ nu ❑



BCU IAŞI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- din motive de sănătate da ❑ nu ❑
- deoarece, pentru această temă sau problemă, un interviu individualizat ar fi exagerat da ❑ nu ❑
- alte motive; care? ..... da ❑ nu ❑

**3. Situația inițială** (de asemenea - selecție multiplă):

Voi termina școala (curând). da ❑ nu ❑

Voi termina programul de formare sau studiile universitare (curând). da ❑ nu ❑

Nu mai sunt mulțumit cu locul meu de muncă / ocupația curentă. da ❑ nu ❑

Trec printr-o etapă de reorientare / schimbare integrală. da ❑ nu ❑

Aveam nevoie doar de informații administrative, cum ar fi program de lucru, modul în care se programează întâlniri și altele asemenea. da ❑ nu ❑

Altă situație inițială. Care? ..... da ❑ nu ❑

**4. Punctul în care s-a ajuns cu rezolvarea problemei:**

Vă rugăm, exprimați-vă opinia cu privire la valabilitatea următoarelor afirmații, marcându-vă opțiunea.

Pentru mine, problema sau subiectul era:

| extrem de urgent ❑ | destul de urgent ❑ | moderat de urgent ❑ | nu prea urgent ❑ | deloc urgent ❑ |
|---|---|---|---|---|

Înainte de **apel** eram interesat de probleme de opțiune profesională, formare, căutarea unui loc de muncă sau avansarea în carieră:

| deloc | nu prea | moderat | destul de mult | foarte mult |
|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

Înainte de **apel** eram preocupat de interese, abilități și deficite profesionale

| deloc | nu prea | moderat | destul de mult | foarte mult |
|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

Înainte de **apel** eram capabil să optez pentru o anumită ocupație, un anumit program de formare sau un anumit loc de muncă:

| deloc | nu prea | puțin | considerabil | eram deja decis |
|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

BCU "ASIC CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**5. Evaluarea problemei:**

A putut fi tratată solicitarea dumneavoastră prin telefon?

| deloc | o mică parte | o parte | în bună parte | integral |
|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

Consilierul m-a sfătuit să-mi fixez o întâlnire pentru un interviu **individualizat** la un serviciu de consilierea carierei, ocupațional sau profesional. da ❑ nu ❑

Aş fi preferat o sesiune de consiliere **individualizată**. da ❑ nu ❑

Consilierul m-a sfătuit să contactez un alt serviciu de consiliere. da ❑ nu ❑

Voi contacta un alt serviciu de consiliere pe care îl voi alege eu. da ❑ nu ❑

**6. Identificarea şi completarea informațiilor:**

S-a discutat despre următoarele teme: (Selecție multiplă):

**Opțiunea pentru:**

| | | | |
|---|---|---|---|
| o ocupație | ❑ | formare continuă | ❑ |
| o şcoală tehnică | ❑ | studii / cursuri postuniversitare | ❑ |
| învățământ liceal | ❑ | formare în străinătate | ❑ |
| o filieră de studiu | ❑ | nici una din aceste opțiuni | ❑ |

**Cerințe cu privire la formare:**

| | | | |
|---|---|---|---|
| cerințe educaționale | ❑ | durata formării | ❑ |
| cerințe personale | ❑ | locația formării | ❑ |
| costul formării | ❑ | nici una din aceste opțiuni | ❑ |

**Satisfacția cu privire la alternativa profesională pentru care a optat:**

| | | | |
|---|---|---|---|
| câştigurile anticipate | ❑ | avansarea în carieră | ❑ |
| satisfacția personală anticipată | ❑ | reputația / imaginea alternativelor | |
| nici una din aceste opțiuni | ❑ | în carieră discutate | ❑ |

**Problemele clientului:**

| | | | |
|---|---|---|---|
| nu au fost discutate probleme | ❑ | probleme personale | ❑ |
| probleme legate de formare, | | alte probleme | ❑ |
| loc de muncă şi carieră | ❑ | | |



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Informațiile au fost oferite:**

de către consilier, la telefon ❑

materiale trimise prin poștă ❑

furnizarea de adrese poștale ❑

furnizarea de adrese *web* ❑

recomandarea unor centre de informare și documentare ❑

nu am primit informații ❑

**7. Evaluarea acțiunilor întreprinse (procesul de consiliere):**

Vă rugăm exprimați-vă opinia cu privire la valabilitatea următoarelor afirmații, marcându-vă opțiunea. Cifrele semnifică următoarele:

| Această afirmație este: | -2 deloc adevărată | -1 nu prea adevărată | 0 oarecum adevărată | +1 destul de adevărată | +2 complet adevărată |
|---|---|---|---|---|---|

Mulțumită întrebărilor și sugestiilor consilierului știu acum mult mai bine ce este important pentru mine în activitatea mea viitoare.

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Datorită acestui apel am învățat ceva despre mine.

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Nu m-a ajutat să-mi clarific interesele, obiectivele sau preferințele profesionale.

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

**8. Etapa deciziei și implementarea:**

Mulțumită apelului, acum pot evalua mai bine rezultatele pe care formarea le va avea asupra mea.

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Apelul nu m-a ajutat **deloc** în luarea unei decizii.

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Datorită apelului, acum știu care sunt următorii pași în cariera mea.

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Conversația cu consilierul:

| | | | |
|---|---|---|---|
| m-a încurajat foarte mult | ❑ | mai degrabă m-a încurajat | ❑ |
| oarecum m-a încurajat și | | mai degrabă m-a descurajat | ❑ |
| oarecum m-a descurajat | ❑ | m-a descurajat foarte mult | ❑ |

Cât de realistă credeți că este afirmația "voi aplica sau urma sfatul sau sugestiile primite de la consilier"?

| deloc realistă | nu prea realistă | realistă într-o oarecare măsură | destul de realistă | foarte realistă |
|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

**9. Evaluare:**

Conversația cu consilierul m-a ajutat să fac progrese:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Consilierul a înțeles nevoile mele:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Consilierul nu mi-a oferit suficient timp:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Îl evaluez pe acest consilier ca fiind:

| foarte competent | destul de competent | în parte competent | în parte incompetent | destul de incompetent | foarte incompetent |
|---|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

Cu privire la modul în care am fost consiliat, sunt:

| foarte satisfăcut | destul de satisfăcut | parțial satisfăcut | parțial nesatisfăcut | destul de nesatisfăcut | foarte nesatisfăcut |
|---|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

Volumul de informații pe care l-am primit a fost:

| evident prea mic | probabil prea mic | potrivit | probabil prea mare | evident prea mare |
|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

Consilierul a convenit o țintă pentru conversația cu mine: da ❑ nu ❑



BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Aveți sugestii sau comentarii?

.....

.....

**10. Comunicare:**

Limba diferită a provocat probleme de comunicare.

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

A trebuit să aştept foarte mult la telefon până ce a răspuns consilierul.

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Consilierul m-a salutat politicos.

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Am înțeles numele consilierului.

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

În timpul conversației am avut probleme în a exprima cu precizie ceea ce voiam să spun.

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Consilierul avea un ton al vocii agreabil.

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Vocea consilierului mi-a părut plăcută.

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Am avut suficient timp pentru discuție.

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

**11. Emoții:**

Atunci când vă reamintiți de problema dumneavoastră sau de solicitarea dumneavoastră din timpul apelului, cum vă simțiți? Vă rugăm bifați elementele care corespund; cifrele au următoarea semnificație:

| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|---|---|---|---|---|
| deloc | nu prea | oarecum | destul de | foarte |

BCU IAȘI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Eram:**

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| încrezător | deloc | ❑-2 | ❑-1 | ❑ 0 | ❑+1 | ❑+2 | foarte |
| speriat | deloc | ❑-2 | ❑-1 | ❑ 0 | ❑+1 | ❑+2 | foarte |
| practic | deloc | ❑-2 | ❑-1 | ❑ 0 | ❑+1 | ❑+2 | foarte |
| curios | deloc | ❑-2 | ❑-1 | ❑ 0 | ❑+1 | ❑+2 | foarte |
| depăşit de situaţie | deloc | ❑-2 | ❑-1 | ❑ 0 | ❑+1 | ❑+2 | foarte |
| stresat | deloc | ❑-2 | ❑-1 | ❑ 0 | ❑+1 | ❑+2 | foarte |

Aţi avut ocazia să discutaţi ce simţiţi cu consilierul? da ❑ nu ❑

**12. Consilierea:**

Voiam doar câteva informaţii, nu a fost nevoie de consiliere:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Consilierul a cerut o definiţie sau descriere mai precisă a nevoilor mele:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Consilierul nu a vrut să ştie prea multe despre situaţia mea:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Consilierul nu prea a pus întrebări:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Consilierul a făcut sugestii cu privire la paşii pe care să-i urmez în continuare:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Consilierul nu a ascultat foarte atent:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Consilierul m-a lăudat pentru iniţiativele pe care le-am avut deja:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Consilierul a arătat puţină înţelegere:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Consilierul şi-a pierdut răbdarea:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**13. Cum evaluați relația dintre dumneavoastră și consilier la telefon?**

Relația cu consilierul a fost:

| foarte rezervată | mai degrabă rezervată | oarecum rezervată parțial apropiată | emoțională destul de apropiată | emoțională foarte apropiată |
|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

Conversația cu consilierul a fost pentru mine o experiență:

| foarte plăcută | mai degrabă plăcută | în parte plăcută în parte neplăcută | mai degrabă neplăcută | foarte stânjenitoare |
|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

În opinia mea, consilierul a fost empatic:

| deloc | nu prea | moderat | considerabil | foarte mult |
|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

Ca persoană, cred că acest consilier mi-a arătat respect:

| foarte mult | considerabil | moderat | nu prea | deloc |
|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

**14. Ați dori să adăugați câteva cuvinte cu privire la consilierea primită prin telefon sau cu privire la acest chestionar?**

Vă rugăm notați comentariile și sugestiile dumneavoastră pe verso.

**Mulțumim foarte mult pentru ajutor!**

*Model: Teză de diplomă NABB5, autor - Charlotte Metzler-Burren, Elveția*

BCU IAȘI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## Consilierea prin telefon

Chestionar de evaluare pentru consilieri și observatori

Pentru ca acest formular de evaluare să poată fi comparat cu formularul clientului, prezentul chestionar începe cu punctul 3.

**Consilier** ❑ **Observator** ❑

**3. Situația inițială** (selecție multiplă):

| | | |
|---|---|---|
| Ați aflat în ce situație se află clientul? | da ❑ | nu ❑ |
| Acesta va termina școala (curând). | da ❑ | nu ❑ |
| Acesta va termina programul de formare sau universitatea (curând). | da ❑ | nu ❑ |
| Clientul nu este mulțumit cu locul de muncă / ocupația curentă. | da ❑ | nu ❑ |
| Clientul se reorientează integral. | da ❑ | nu ❑ |
| Clientul avea nevoie doar de informații administrative, cum ar fi program de lucru, modul de programare a întâlnirilor. | da ❑ | nu ❑ |
| Altă situație inițială. ..... | da ❑ | nu ❑ |

**4. Punctul în care s-a ajuns cu rezolvarea problemei** (marcați situația aplicabilă):

Pentru client problema sau subiectul era:

| extrem de urgent | destul de urgent | moderat de urgent | nu prea urgent | deloc urgent |
|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

Înainte de **apel** clientul era interesat de probleme de opțiune profesională, formare, căutarea unui loc de muncă sau avansarea în carieră:

| deloc | nu prea | moderat | destul de mult | foarte mult |
|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |



BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Înainte de **apel** clientul era preocupat de interese, abilități și deficite ocupaționale:

| deloc | nu prea | moderat | destul de mult | foarte mult |
|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

Înainte de **apel** clientul era capabil să opteze pentru o anumită ocupație, un anumit program de formare sau un anumit loc de muncă:

| deloc | nu prea | puțin | considerabil | se decisese deja |
|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

**5. Evaluarea problemei:**

Solicitarea clientului a putut fi tratată prin telefon?

| deloc | o mică parte | o parte | în bună parte | integral |
|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

Am sfătuit clientul să-și fixeze o întâlnire pentru un interviu **individualizat** la un serviciu de consilierea carierei, ocupațional sau profesional da ❑ nu ❑

Clientul a dorit o sesiune de consiliere **individualizată:** da ❑ nu ❑

Am sfătuit clientul să contacteze alt serviciu de consiliere: da ❑ nu ❑

**6. Identificarea și completarea informațiilor:**

S-a discutat pe larg despre următoarele teme (selecție multiplă):

**Optarea pentru:**

| | | | |
|---|---|---|---|
| o ocupație | ❑ | formare continuă | ❑ |
| o școală tehnică | ❑ | studii / cursuri postuniversitare | ❑ |
| învățământ liceal | ❑ | formare în străinătate | ❑ |
| o filieră de studiu | ❑ | nici una din aceste opțiuni | ❑ |

**Cerințe cu privire la formare:**

| | | | |
|---|---|---|---|
| cerințe educaționale | ❑ | durata formării | ❑ |
| cerințe personale | ❑ | locația formării | ❑ |
| costul formării | ❑ | nici una din aceste opțiuni | ❑ |

**Satisfacția cu privire la alternativa profesională pentru care a optat:**

| | | | |
|---|---|---|---|
| câștigurile anticipate | ❑ | avansarea în carieră | ❑ |
| satisfacția personală | ❑ | reputația / imaginea alternativelor | |
| nici una din aceste opțiuni | ❑ | în carieră discutate | ❑ |

BCU "I.S. CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Problemele clientului:**

nu au fost discutate probleme ❑
probleme legate de formare, loc de muncă şi carieră ❑
probleme personale ❑
alte probleme ❑

**Informaţiile au fost oferite:**

de către consilier, la telefon ❑
materiale trimise prin poştă ❑
furnizarea de adrese poştale ❑
furnizarea de adrese *web* ❑
de recomandarea unor centre de informare şi documentare ❑
clientul nu a primit informaţii ❑

**7. Evaluarea acţiunilor întreprinse:**

În cursul convorbirii, s-a discutat despre următoarele teme: (Selecţie multiplă):

interese ❑
motivaţie ❑
nevoi ❑
aptitudini, abilităţi ❑
domeniul de muncă dorit de client ❑
nici una din aceste opţiuni ❑

**8. Etapa deciziei şi implementarea:**

Vă rugăm exprimaţi-vă opinia cu privire la valabilitatea următoarelor afirmaţii, marcându-vă opţiunea. Cifrele semnifică următoarele:

| **Această afirmaţie este:** | -2 deloc adevărată | -1 nu prea adevărată | 0 oarecum adevărată | +1 destul de adevărată | +2 complet adevărată |
|---|---|---|---|---|---|

Mulţumită apelului, clientul poate evalua mai bine rezultatele pe care formarea le va avea asupra sa.

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Apelul nu l-a ajutat deloc pe client în luarea unei decizii.

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Clientul ar trebui să ştie acum care sunt următorii paşi în carieră.

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Nu a fost necesar să încurajez acest client.

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

**9. Evaluare:**

În cazul acestui client nu sunt sigur dacă acest interviu l-a ajutat, în situația în care se află.

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Nevoile acestui client au fost evidente pentru mine:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Am avut prea puțin timp pentru problema acestui client:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Consiliindu-l pe acest client m-am simțit:

| foarte competent | destul de competent | în parte competent | în parte incompetent | destul de incompetent | foarte incompetent |
|---|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

În ceea ce privește modul în care am tratat această situație, sunt:

| foarte satisfăcut | destul de satisfăcut | în parte satisfăcut în parte nesatisfăcut | mai degrabă nesatisfăcut | foarte nesatisfăcut |
|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

Cred că **volumul** de informații primite de client a fost:

| evident prea mic | probabil prea mic | potrivit | probabil prea mare | evident prea mare |
|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

Am convenit o țintă pentru conversația cu acest client: da ❑ nu ❑

Aveți sugestii sau comentarii?

.....

.....

**10. Comunicarea:**

Limba diferită a provocat probleme de comunicare:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Cred că am vorbit clar şi pe înţeles:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Acest client şi-a exprimat problema cu claritate şi a fost perfect inteligibil:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Cred că acest client mi-a înţeles numele:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Vocea clientului mi-a părut plăcută:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Acest client nu a ascultat prea atent:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Am putut să-mi dau seama cum se simte din chiar modul de a vorbi al clientului:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Acest client:

| nu a fost vorbăreţ | a vorbit destul de puţin | a vorbit potrivit | a tins să vorbească prea mult | a fost extrem de vorbăreţ |
|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

**11. Emoţii:**

Ce sentimente aţi remarcat la client? (selecţie multiplă):

| -2 deloc | -1 nu prea | 0 oarecum | +1 destul de | +2 foarte |
|---|---|---|---|---|

Acest client părea:

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| încrezător | deloc | ❑-2 | ❑-1 | ❑ 0 | ❑+1 | ❑+2 foarte |
| speriat | deloc | ❑-2 | ❑-1 | ❑ 0 | ❑+1 | ❑+2 foarte |
| practic | deloc | ❑-2 | ❑-1 | ❑ 0 | ❑+1 | ❑+2 foarte |
| curios | deloc | ❑-2 | ❑-1 | ❑ 0 | ❑+1 | ❑+2 foarte |
| depăşit de situaţie | deloc | ❑-2 | ❑-1 | ❑ 0 | ❑+1 | ❑+2 foarte |
| stresat | deloc | ❑-2 | ❑-1 | ❑ 0 | ❑+1 | ❑+2 foarte |

Aţi avut ocazia să discutaţi cu clientul despre ceea ce simte? da ❑ nu ❑

BCU IAŞI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**12. Consiliere: cum ați procedat cu ultimul client?**

Vă rugăm, spuneți-ne opinia dumneavoastră cu privire la măsura în care se aplică afirmațiile următoare.

Clientul dorea doar niște informații, nu era nevoie de consiliere:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

L-am rugat pe acest client să fie mai precis și exact:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Am încurajat clientul să vorbească:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

În timpul acestei conversații nu prea a fost nevoie să pun întrebări:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Nu am făcut nici un fel de sugestii cu privire la pașii pe care să-i facă acest client:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

L-am lăudat pe client pentru inițiativele pe care le-a avut deja:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Am simțit că am devenit nerăbdător în timpul acestei conversații:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

**13. Cum evaluați relația dintre dumneavoastră și acest client?**

Relația emoțională cu acest client a fost (bifați ce se aplică):

| foarte rezervată | mai degrabă rezervată | oarecum rezervată parțial apropiată | emoțională destul de apropiată | emoțională foarte apropiată |
|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

Conversația cu clientul a fost pentru mine o experiență:

| foarte plăcută | mai degrabă plăcută | în parte plăcută în parte neplăcută | mai degrabă neplăcută | foarte neplăcută |
|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

În timpul conversației am fost empatic:

Deloc ❑ nu prea ❑ moderat ❑ considerabil ❑ foarte mult ❑



BCU IAȘI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Am arătat clientului respect:

mult ❑ oarecum ❑ moderat ❑ nu prea ❑ deloc ❑

**14. Cum v-ați simțit în timpul acestui apel?**

Vă rugăm spuneți-ne opinia dumneavoastră cu privire la măsura în care se aplică afirmațiile următoare.

A fost dificil să-mi dau seama care sunt nevoile acestui client:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Câteodată nu am ştiut cum să reacționez la afirmațiile clientului:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Din cauza acestui apel sunt acum stresat:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Acest client m-a plictisit:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

Am ştiut foarte bine în orice moment ce anume voia clientul de la mine:

deloc adevărat ❑ -2 ❑ -1 ❑ 0 ❑ +1 ❑ +2 complet adevărat

În timpul acestui apel m-am simțit:

| foarte încordat | încordat | moderat de încordat | mai degrabă relaxat | relaxat | foarte relaxat |
|---|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

În timp ce l-am consiliat pe acest client am fost:

| concentrat | destul de concentrat | moderat de concentrat | mai degrabă ne-concentrat | foarte ne-concentrat |
|---|---|---|---|---|
| ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

Mi-a fost teamă să reacționez greşit față de acest client:

niciodată ❑ rar ❑ câteodată ❑ frecvent ❑ tot timpul ❑

**15. Ați dori să adăugați câteva cuvinte cu privire la domeniul dumneavoastră de activitate sau cu privire la acest chestionar?**

Vă rugăm notați comentariile şi sugestiile dumneavoastră pe verso. **Mulțumim!**

*Model: Teză de diplomă NABB 5, autor - Charlotte Metzler-Burren, Elveția*



BUDIASIC CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

# 3. STUDII DE CAZ

## 3.1. Liechtenstein

### Incident Critic - FL 1

**M. Oehri:** Centrul de Orientare Profesională, Oehri, bună dimineața.

**Solicitant (femeie):** *Bună dimineața, numele meu este XYZ, am o întrebare - caut un nou loc de muncă, poate ca operator telefonist. Am lucrat în serviciile publice, dar nu am putut continua din motive de sănătate. Sunt supraponderală și am probleme cu spatele. Deja am vorbit cu cei de la Agenția Economică Națională / Departamentul pentru Plasarea în Muncă, iar ei mi-au spus să iau legătura cu dumneavoastră.*

**M. Oehri:** Ați luat legătura cu Fondul de Asigurare pentru Handicapați?

**Solicitant:** *Nu.*

**M. Oehri:** Dacă urmează să vă schimbați locul de muncă din cauza problemelor de sănătate, ar fi bine să luați legătura cu ei.

Între timp, persoana de la telefon devenise destul de iritată.

**Solicitant:** *Atunci îmi pare rău că v-am deranjat! - și închide.*

**M. Oehri:** Ce-ar trebui să fac eu acum, când din păcate nu am reținut nici numele corect?

Atunci mi-am amintit că menționase faptul că a contactat Agenția Economică Națională și, la urma urmei, aveam o idee vagă despre nume. Așa că am cercetat împreună cu cei de la Agenția Economică Națională / Departamentul pentru Plasarea în Muncă și am aflat numele și numărul de telefon al persoanei în cauză.

**M. Oehri:** Sunt tot eu, Oehri de la Centrul de Orientare Profesională, îmi pare rău că v-am supărat mai înainte. Aș vrea să vi-l dau la telefon pe Dr. Jehle, care sper că vă poate da un sfat mai competent. Sunteți de acord?

**Solicitant:** *Da.*

L-am dat la telefon pe Dr. Jehle.

**K. Jehle:** Dna Oehri mi-a dat legătura cu persoana care sunase. Auzisem ceva din prima și a doua discuție de la telefon (ușa era deschisă).

**K. Jehle:** Centrul de Orientare Profesională, mă numesc Jehle, bună dimineața. Se pare că a fost o neînțelegere mai înainte. Ați închis telefonul destul de supărată.

**Solicitant:** *Nu eram supărată, doar că dna Oehri a sugerat să iau legătura cu Asociația pentru Handicapați - și eu nu sunt handicapată.*

**K. Jehle:** Fondul de Asigurare pentru Handicapați, nu Asociația Handicapaților! Iar motivul este următorul: se pare că acum sunteți șomeră, aveți anumite restricții din motive de sănătate și v-ați gândit la un post de operator telefonist. Așa stau lucrurile exact?

**Solicitant:** *Sunt șomeră, concediată, am lucrat în servicii, aveam un șef de treabă, dar nu mai pot să continui, sunt prea lentă, îmi e prea greu să mă mișc și nu mai puteam să-l fac pe șef să accepte toate astea. Sunt prea grea și am probleme cu spatele... de-asta m-am gândit să lucrez ca telefonistă.*

**K. Jehle:** Întreb din nou: telefonistă? Situația în Liechtenstein: muncă de birou, e nevoie de cunoștințe de operare pe calculator. Solicitanta nu are nici un fel de cunoștințe / pregătire de acest tip – recalificare profesională?!

**Solicitant:** *Sunt prea în vârstă.*

**K. Jehle:** Ce vârstă aveți?

**Solicitant:** *40.*

**K. Jehle:** (râzând) Da, groaznic de bătrână... Mai aveți 24 de ani de muncă, așa că merită un nou început, formare sau recalificare profesională.

Încerc să o încurajez. Întreb despre sănătate, despre opinia doctorului.

*Trebuie, sunt obligată să îmi schimb slujba deoarece altfel voi deveni handicapată?*

Ce spune doctorul?

*Că am două opțiuni: 1. Recalificarea profesională sponsorizată de Fondul de Asigurare pentru Handicapați;2. Să mă descurc pe cont propriu.*

Înapoi la Fondul de Asigurare pentru Handicapați!

Opinia doctorului: Recalificare profesională prin Fondul de Asigurare pentru Handicapați (alocație zilnică 80% din costuri plătite), ceea ce înseamnă condiții diferite față de cele fără Asigurarea de Incapacitate pentru Muncitori?!

Sau poate aveți destul timp și bani pentru a face 1 sau 2 ani de formare fără a avea nici un venit?

**Solicitant:** *Nu, nu am bani, nu-mi pot permite.*

**K. Jehle:** Atunci ajungeți la o înțelegere cu Asigurările de Incapacitate pentru Muncitori! Vă voi explica eu cum se face asta. Pentru cererea de Asigurare de Incapacitate pentru Muncitori se solicită opinia medicului și rapoarte de la angajator, apoi urmează ca Centrul de Orientare Profesională să hotărască, împreună cu persoana în cauză, ce opțiuni profesionale există. Luați-vă un răgaz să vedeți care este poziția dv.!

**K. Jehle:** Întrebând din nou dacă totul este în regulă? Ați înțeles? Mai este ceva neclar?

**Solicitant:** *Cu siguranţă mult mai uşurată, ştiind acum ce este de făcut (cum se procedează)!*

**K. Jehle:** Am senzaţia că solicitanta este uşurată, este mulţumită şi recunoscătoare pentru informaţiile precise.

*Ce greutate poate să aibă această femeie - între 130 şi 150 kg? Vom vedea când cei de la Asigurările de Incapacitate pentru Muncitori o vor trimite pentru consiliere.*

Convorbirea telefonică a durat cam 10 minute.

E un sentiment plăcut, de a "salva imaginea consilierii profesionale", de a fi orientat către client, şi de a putea auzi cât de fericită era solicitanta. Era foarte recunoscătoare şi mi-a mulţumit!

**Incident Critic - FL 2**

Luni, 9 decembrie 2002 pe la 8.45 am avut următoarea convorbire telefonică.

**Eu:** Centrul de Orientare Profesională, mă numesc Oehri.

**Solicitant (femeie):** *Bună dimineaţa, mă numesc dna Wieser din Planken. Am vorbit vineri cu dl. Negele la oficiul de instruire, iar el mi-a dat numărul dvs. Am nevoie de o programare pentru fina mea; am putea-o stabili pentru astăzi?*

**Eu:** Regret că trebuie să vă dezamăgesc, dna Wieser, din păcate nu putem stabili întâlniri atât de curând. Dar aţi putea veni la Centrul de Orientare Profesională miercuri sau joi între orele 2 şi 6 după amiază.

**Solicitant:** *Nu, este prea târziu pentru noi. Fina mea este din Africa de Sud şi este cu mine doar în această săptămână de sărbători şi caută o şcoală de management hotelier în Elveţia, unde să se înveţe în engleză. Trebuie să fie în engleză pentru că în Africa de Sud ea vorbeşte, mai ales engleza. Deoarece mama ei este din Germania, iar tatăl din Liechtenstein, ea ştie ceva germană, dar nu fluent. Trebuie să alegem şcoala chiar săptămâna asta. Acum înţelegeţi că avem nevoie de o programare pentru azi?*

**Eu:** Da, vă înţeleg problema, dar dacă este deja hotărât că fina dumneavoastră are nevoie de adresele unor şcoli de management hotelier unde să se înveţe în engleză, aş putea să caut aceste adrese, iar dumneavoastră să treceţi şi să le luaţi.

**Solicitant:** *Da, ea este destul de sigură că vrea să meargă la o şcoală de management hotelier. Ne-aţi putea transmite adresele prin fax? Numărul meu de fax este...*

**Eu:** Da, pot face asta.

**Solicitant:** *Dar nu am putea, totuşi, avea o întâlnire, pentru că nu vreau ca ea să creadă că eu i-am ales adresele. Nu ştiam că este nevoie de o programare prealabilă pentru o întâlnire, copiii mei nu merg la şcoală încă.*

BCU CLUJ / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Eu:** Îmi pare foarte rău, dar o întâlnire astăzi este absolut imposibilă; puteți trece, însă, să luați adresele de la birou împreună cu fina dvs., așa încât ea să știe că adresele provin de la noi, iar pentru mai multe informații cel mai bine este să contactați direct aceste școli.

**Solicitant:** *Bine atunci, trimiteți-ne prin fax adresele, iar altădată am să sun pentru o întâlnire. Mulțumesc și la revedere, trebuie să merg la ușă, a sunat soneria.*

**Eu:** La revedere.

Tot timpul conversației am avut senzația că Dna Wieser nu poate fi convinsă să renunțe la ideea unei întâlniri și că, de fapt, nu înțelege că adresele sunt tot ce-i trebuie deocamdată. Ar fi trebuit să îi spun asta direct.

Așa că am fost foarte fericită să-i pot trimite adresele prin fax, iar în scrisoarea ce însoțea faxul i-am spus, din nou, foarte pe scurt, că nu e posibilă obținerea unei întâlniri într-o perioadă așa de scurtă și că ar fi mult mai bine să ia legătura direct cu aceste școli.

**Incident Critic - FL 3**

Proces-verbal al unei convorbiri din 22 ianuarie 2003.

**G.** Centrul de Orientare Profesională, mă numesc Casutt, bună dimineața.

**P.** *Bună dimineața, am nevoie de niște documente, nu puteți să mi le pregătiți, să mi le expediați prin poștă?*

**G.** Ce fel de documente vă trebuie?

**P.** *Despre școli care oferă pregătire în profilul mobilier și accesorii interioare și exterioare.*

**G.** În acest caz ar fi mai bine dacă ați trece pe la Centrul de Orientare Profesională. Avem atât de multe documente, încât nu vi le putem trimite prin poștă.

**P.** *Da, dar ați putea să le pregătiți dv. pentru mine, eu am multe altele de făcut, decât să caut și să pierd jumătate de zi pentru ceva ce mi-ați putea aranja dvs.*

**G.** Un moment, vă rog.

(O întreb pe Maria dacă facem așa ceva, pentru că nu vreau să par neajutorată. Maria spune nu!).

**G.** Va trebui să vă faceți timp și să veniți aici.

**P.** *Dar nu am timp să aștept și să caut acolo, am lucruri mai importante de făcut. Se așteaptă mult?*

**G.** Totdeauna servim oamenii cât mai repede posibil. Poate că veți fi servit pe loc sau poate va trebui să așteptați, dacă cineva a venit acolo primul.

**P.** *Care sunt orele dv. de deschidere?*



BCU "Lucian Blaga" CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

G. Centrul este deschis miercuri şi joi de la orele 2 la 6, după amiază, timp în care unul dintre noi vă stă la dispoziţie pentru a vă furniza informaţii.

La revedere. O zi bună.

P. *xxx*

(Text scris din memorie: această persoană mi-a făcut o impresie foarte proastă. Părea că-i consideră pe toţi ceilalţi nişte imbecili.).

**Incident Critic - FL 4**

**1. Descrierea unei situaţii de consiliere importantă / critică pe care aţi trăit-o sau de care aţi aflat:**

**a) Cum s-a întâmplat?**

Întrebări telefonice datorate unor dificultăţi în găsirea unei stagiu de formare.

**b) Unde şi când s-a întâmplat (loc, moment, mediu)?**

Centrul de Orientare Profesională, aproximativ ora 5 după amiază, la birou.

**c) Cine a fost implicat?**

O mamă care suna din partea fiicei sale.

**d) Precizarea subiectului în discuţie şi desfăşurarea evenimentului:**

Fiica nu poate găsi un stagiu de formare ca tehnoredactor. Întrebări despre stagii de formare şi activităţile legate de acestea. Scurtă consiliere prin telefon.

**2. Ce părţi cu origini etnice / culturale / din ţări diferite au fost implicate în consultare şi care a fost relaţia lor cu celelalte părţi?**

**3. Descrierea precisă a felului în care consilierul a tratat situaţia.**

Informaţii despre numărul mic de stagii de formare şi numărul mare de cereri. Prin întrebări s-a stabilit că fiica satisfăcea în mică măsură cerinţele şcolii. Informaţii despre aflarea unor alternative (Centrul de Orientare Profesională şi Consiliere / explicaţii). Indicarea faptului că fata trebuie să ia iniţiative proprii. Sugerarea unor soluţii de interimat (Welschland, Academia Comercială etc.).

**4. Ce probleme critice, dificultăţi sau alte aspecte speciale au putut fi observate?**

O mamă care sună din partea fiicei sale. Agenţia de Orientare nu face plasări pentru stagii de formare. Ce alte stagii alternative există în afara stagiilor de 3 ani?

**5. Cum a tratat consilierul situaţia descrisă la punctul 4?**

A încercat să calmeze pe toată lumea şi a făcut în aşa fel încât să o motiveze pe fiică prin intermediul mamei, ca să ia în considerare şi alte ocupaţii (Centrul de Informare Profesională, programe de familiarizare).



BABEŞ-BOLYAI UNIVERSITY LIBRARY

**6. Care a fost rezultatul / urmarea consilierii? Ce aspecte au rămas nerezolvate?**

Tânăra va veni la Centru pentru a cunoaşte alte ocupaţii şi a afla despre posibile soluţii de interimat.

**Incident Critic - FL 5**

**1. Descrierea unei situaţii de consiliere importantă / critică pe care aţi trăit-o sau de care aţi aflat:**

**a) Cum s-a petrecut?**

Convorbire telefonică

**b) Unde şi când s-a întâmplat (loc, moment, mediu)?**

Agenţia de Orientare Profesională / la birou pe 15 Ianuarie 2003 / aproximativ 11 a.m.

**c) Cine a fost implicat?**

O mamă care suna din partea fiicei sale.

**d) Precizarea subiectului în discuţie şi desfăşurarea evenimentului:**

O mamă sună din partea fiicei sale în legătură cu formarea ca profesor de artă meşteşugărească. Informaţia furnizată pare a o trezi la realitate şi a o dezamăgi pe mamă.

**2. Ce părţi cu origini etnice / culturale / din ţări diferite au fost implicate în consultare şi care a fost relaţia lor cu celelalte părţi?**

**3. Descrierea precisă a felului în care consilierul a tratat situaţia**

Informaţii practice despre viitoarea formare ca profesor. Explicarea inovaţiilor în formarea ca profesor şi tendinţele în politica educaţională.

**4. Ce alte probleme critice, dificultăţi sau aspecte deosebite au putut fi observate?**

Mama a trebuit să devină conştientă că fiica ei trebuie să facă noi paşi în găsirea unei ocupaţii, la acel moment ea nu părea încă deschisă pentru alternative.

**5. Cum a tratat consilierul situaţia descrisă la punctul 4?**

A rămas calm; a menţionat Testul Rorschach, dacă ea ar dori mai multe informaţii. A menţionat selecţia oferită de Centrul de Informare şi a sugerat că ea poate să sune din nou.

**6. Care a fost rezultatul / urmarea consilierii? Ce aspecte au rămas nerezolvate?**
Mama a primit informaţii. E nevoie de alternative, întrucât posibilităţile disponibile mai înainte nu mai există. Întrebare despre nivelul de educaţie al fetei. Căutarea de alternative.

BCU MASTER CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Incident Critic - FL 6**

**J.K.** Agenţia de Orientare Profesională, mă numesc Jehle

**Eg.** *Sunt dna Eggenberger. Am venit să vă văd înainte de a căuta o formare pe mai departe. Aş fi interesată să devin lucrător pe salvare, cum şi unde pot să capăt instruire pentru asta?*

**J.K.** Acesta este un stagiu de formare de 3 ani, sau de 2 ani pentru posesorii unei diplome de infirmier.

*Aud copii ţipând în fundal.*

Oricum acesta este un program de formare cu normă întreagă şi avem posibilităţi foarte limitate în această regiune! În oraşele Spital Chur / Grabs şi formare şcolară în Zürich sau Olten.

**Eg.** *Atunci ar fi dificil!*

**J.K.** Aveţi copii? Cât de flexibil e programul dv.?

*Eg. Am 2 copii. (De 1 şi 3 ani).*

**J.K.** Cine are grijă de aceşti copii? Veţi avea nevoie de cineva pentru asta.

**Eg.** *Da, cred că mă voi descurca şi voi găsi pe cineva.*

**J.K.** Nu credeţi că ei au mai mult nevoie de dv.? O asemenea formare va fi o povară apreciabilă şi vă va solicita mult.

**Eg.** *Da, e adevărat! Ce alte posibilităţi de formare ar mai fi? De infirmieră, în general ...*

**J.K.** E vorba despre formare şi învăţare în acelaşi timp, dar va trebui să munciţi cel puţin 60%, iar timpul în care va trebui să mergeţi la şcoală vă va cere 100% din timpul dv. Există, de exemplu, o şcoală la Sargans.

**Eg.** *Am făcut un stagiu de pregătire în comerţ de 3 ani. Asta nu va însemna că formarea va fi mai scurtă?*

**J.K.** Cu greu, veţi fi scutită poate de anumite subiecte generale, dar probabil că nimic mai mult.

**Eg.** *Am o prietenă infirmieră, s-a pregătit în St. Gallen, dar nu i-a luat atât de mult.*

**J.K.** Probabil că ea este asistentă în geriatrie. Aceste cursuri sunt oferite de Crucea Roşie şi durează în total 25 de zile, inclusiv un curs de prim ajutor. Cu acest stagiu de formare puteţi lucra ca asistentă în casele oamenilor în vârstă şi în spitale împreună cu o infirmieră atestată.

**Eg.** *Dar în Sargans nu există nici un stagiu de formare pentru lucrători pe ambulanţă?*

**J.K.** Da, există, dar numai ca formare suplimentară pentru infirmiere atestate.

BOUMA CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Dar aveți grijă! În prezent toate tipurile de formare pentru infirmieri sunt într-un proces de reorganizare. După vara lui 2003 va fi un stagiu de pregătire de 3 ani pentru a deveni lucrător calificat în domeniul sănătății. Această formare poate fi făcută în spital, iar după aceasta se poate ajunge specialist în infirmerie (ceea ce însemna înainte infirmier). În anii următori se va oferi posibilitatea formării pentru o diplomă de infirmier I. Dacă vă interesează, adresați-vă direct şcolii din Sargans.

Eg. *Da, cred că asta o să fac! Mulțumesc foarte mult pentru informații și pentru acest sfat.*

J.K. Mulțumesc, plăcerea a fost de partea mea. La revedere.

PS. Am impresia că dna Eggenberger şi-a dat seama că nu are un program suficient de flexibil şi că deocamdată nu are destulă libertate de acțiune pentru un program de formare nou.

## 3.2. România

### Incident Critic - RO 1

**1. Descrierea unei situații de consiliere importantă / critică pe care ați trăit-o sau de care ați aflat:**

Consilierea unui student venit din Spania prin programul Socrates, la începutul programului bilateral de schimburi dintre România şi Spania.

**a) Cum s-a ajuns la această situație?**

După semnarea acordului bilateral, un student din Spania şi-a exprimat dorința de studia un an în România.

**b) Unde şi când s-a întâmplat (loc, moment, mediu)?**

Mai întâi, prin *e-mail*, o corespondență despre posibilitățile facultății, cât şi despre sosirea în România, în cursul anului academic (2002-2003).

**c) Care au fost părțile implicate?**

Consilierul facultății şi studentul venit prin Socrates.

**d) Care a fost conținutul exact şi desfăşurarea evenimentelor?**

Corespondență *e-mail* despre posibilitățile de studiu în România.

- Informații despre folosirea sistemului transferului de credit în România.
- Concordanța, respectiv neconcordanța, între programele de studiu din cele două țări.



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Acordul de a admite studentul în mai mulți ani de studiu (trei - III, IV, V), pentru a trata subiectele învățate în al patrulea an în Spania.
- Încheierea acordului de către cele două părți (acord cu coordonatorul programului Socrates din instituția spaniolă).
- Neconcordanța cu acordul (după sosirea studentului în România), datorată imposibilității studentului de a învăța româneşte.
- Acceptarea de către profesori de a-l examina pe student în limba engleză.
- Lipsa de disponibilitate a studentului de a se prezenta la unele examene din pricina subiectelor predate în română şi a literaturii disponibile doar în română. Dacă literatura era disponibilă în engleză, exista, de asemenea, o anume neconcordanță cu materialul prezent (în limba română).
- Studentul a părăsit țara fără a trece toate examenele programate pentru anul al patrulea de studii.

**2. Ce părți cu origini etnice / culturale / din țări diferite au fost implicate în consultare şi care a fost relația lor cu celelalte părți?**

Influența originii etnice nu a fost atât de importantă cât mediul profesional şi educațional de la acel nivel. Relația creată între consilier şi student (consilierul a trebuit să fie, de asemenea, profesor la una din materiile studentului) a fost una ca între prieteni, ceea ce a uşurat şedințele de consiliere.

**3. Descrierea precisă a modului în care consilierul a tratat situația:**

Imediat ce a devenit evidentă bariera lingvistică în luarea examenelor, soluția acordului de a le susține în engleză a fost sugerată / obținută de consilier. Imposibilitatea studentului de a învăța şi a trece examenele în engleză nu a fost depăşită. Dificultatea şedințelor de consiliere a fost sporită de cantitatea mare a materialului ce trebuia studiat.

**4. Ce alte probleme critice, dificultăți sau aspecte deosebite au putut fi observate?**

Dificultățile studenților străini (nevorbitori ai limbii române) în a asimila informați profesională în limba română.

- Dificultăți în a studia în altă limbă decât cea maternă şi diferită de cea de predare.
- Dificultăți în trecerea examenului într-o limbă diferită de cea maternă, deşi engleza este presupusă a fi un mijloc de comunicare de primul nivel.
- Un aspect special a fost constituit de *stress*-ul de a studia în trei limbi (româna ca limbă de predare, engleza pentru bibliografia accesibilă înțeleasă, spaniola utilizată întotdeauna practic pentru îmbunătățirea înțelegerii materialului scris).

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**5. a) Cum a tratat consilierul situația descrisă la punctul 4?**

A fost deja arătat la punctul 3.

**b) Cum credeți că ar fi trebuit să procedeze consilierul?**

Ar fi trebuit să se dea un avertisment serios despre consecințele faptului de a nu stăpâni limba română înainte de a i se permite studentului să ia decizia de a veni să studieze într-un sistem academic în care limba vorbită este româna.

**2. Care a fost rezultatul / urmarea consilierii? Ce aspecte au rămas nerezolvate?**

Problema rămasă nerezolvată a fost a acestui caz şi a altor posibile cazuri în care studenți străini se înscriu la examene fără o stăpânire corespunzătoare a limbii române sau engleze în specialitatea de studiu aleasă.

**Incident Critic - RO 2**

**3. Descrierea unei situații de consiliere importantă / critică pe care ați trăit-o sau de care ați aflat:**

**a) Cum s-a ajuns la această situație?**

La biroul de consiliere (Centrul de Asistență Psihopedagogică dintr-un liceu) vine tatăl unui elev de 17 ani, la recomandarea profesorului diriginte. Problema prezentată de tată a fost aceea că băiatul lipsea de acasă de două zile fără să anunțe familia.

**b) Unde şi când s-a întâmplat (loc, moment, mediu)?**

Aceasta nu era prima dată când avea loc un astfel de incident, ci a patra oară. În asemenea cazuri tatăl îl căutase pe băiat la prieteni, colegi, vecini, iar noaptea prin discoteci, cu teama că ceva rău i s-ar putea întâmpla.

**c) Care au fost părțile implicate?**

Când băiatul se întorcea acasă din asemenea escapade, ținea un secret total asupra celor întâmplate, fără a le da părinților nici un fel de explicații şi dispărând repede în camera sa.

**d) Care a fost conținutul exact şi desfăşurarea evenimentelor?**

Mama încerca să îi ofere tot confortul posibil, pregătindu-i mâncărurile favorite, fără a face nici un zgomot în casă. Tatăl, respectând dorința insistentă a soției, nu-l făcea pe băiat responsabil pentru toate acestea, nu se confrunta cu el, iar mai târziu evita orice discuție pe această temă. S-a stabilit ca, de data aceasta, atunci când băiatul se va întoarce acasă, i se va propune să vină la biroul de consiliere. A doua zi, după ce s-a întors, băiatul a venit împreună cu tatăl său la birou.

BCU "MIHAIL KOGĂLNICEANU" UNIVERSITY LIBRARY

**4. Ce părți cu origini etnice / culturale / din țări diferite au fost implicate în consultare și care a fost relația lor cu celelalte părți?**

**5. Descrierea precisă a modului în care consilierul a tratat situația:**

Într-o ședință de consiliere individuală, consilierul a încercat să stabilească următoarele aspecte:

- Perspective viitoare (de ex., ce ar vrea să facă băiatul peste cinci ani).
- Cum înțelege să-și atingă scopurile (ce face în mod practic pentru a-și transpune planul în realitate).
- Relația cu părinții, cărora le reproșează că îl spionează și nu îi acordă suficient spațiu personal.

Consilierul a încercat să se concentreze asupra acțiunilor menite să îl facă pe client să se implice în realizarea planului creat de el însuși.

Merită menționat că acesta nu a luat încă o hotărâre profesională finală, respectiv nu s-a hotărât asupra direcției studiilor universitare corespunzătoare capacităților și abilităților sale.

**6. Ce alte probleme critice, dificultăți sau aspecte deosebite au putut fi observate?**

Dificultățile cu care consilierul s-a confruntat în această situație au fost următoarele:

- Refuzul clientului de a coopera și atitudinea arogantă din timpul ședinței (pentru prima dată în cariera sa, consilierul nu a reușit să depășească o asemenea situație).
- Bariera a apărut în timpul ședinței (consilierul nu a știut ce să facă și ce alternativă să aleagă în continuare).
- Problemele dintre părinții clientului, care nu au fost discutate la momentul potrivit, ci au fost descoperite în procesul consultării.

**5. a) Cum a tratat consilierul situația descrisă la punctul 4?**

În timpul primei ședințe, clientul se purta arogant și necooperant (lucru datorat poate vârstei consilierului, sub 30), refuza angajamentul serios și afișa nerăbdarea de a ieși. S-a sugerat monitorizarea unui anumit aspect comportamental. El nici nu a refuzat, nici nu și-a exprimat aprobarea. A fost stabilită data întâlnirii următoare, dar băiatul nu s-a prezentat. După o săptămână, tatăl a venit spunând că băiatul nu poare să vină. El a adăugat că nici un fel de schimbări nu s-au petrecut în comportamentul fiului său (referitor la atitudinea acestuia față de părinți), dar un lucru bun este că el nu a mai plecat de acasă de atunci.

**b) Cum credeți că ar fi trebuit să procedeze consilierul?**

Consilierul consideră că ar fi trebuit anterior să îi ceară tatălui mai multe informații despre relațiile din familie.



BCU BABEȘ-BOLYAI UNIVERSITY LIBRARY

**6. Care a fost rezultatul / urmarea consilierii? Ce aspecte au rămas nerezolvate?**

Rezultatele intervenției consilierului au fost temporare, însemnând că băiatul nu a mai fugit de acasă și nu a mai lipsit de la școală pentru o perioadă, astfel rezolvându-se în mod pozitiv amenințarea renunțării la școală.

Chestiunile nerezolvate rămase:

- Relația dintre băiat și familia sa.
- Consilierea profesională a clientului.
- Comunicarea dorită dintre client și consilier.
- Personal, consilierul a perceput acest caz ca o limitare profesională în fața unei situații de viață aparent simplă.

**Incident Critic - RO 3**

**1. Descrierea unei situații de consiliere importantă / critică pe care ați trăit-o sau de care ați aflat:**

**a) Cum s-a ajuns la această situație?**

"A" este un băiat în vârstă de 10 ani, aflat în clasa a IV-a. Învățătoarea clasei sale se adresează Cabinetului de Asistență Psihopedagogică din școală cerând ajutor. Ea l-a descris pe băiat ca fiind incontrolabil, agresiv, luând zilnic parte la bătăi, chiar și cu colegi mai în vârstă), îndrăzneț, vulgar etc.

**b) Unde și când s-a întâmplat (loc, moment, mediu)?**

**c) Care au fost părțile implicate?**

**d) Care a fost conținutul exact și desfășurarea evenimentelor?**

**2. Ce părți cu origini etnice / culturale / din țări diferite au fost implicate în consultare și care a fost relația lor cu celelalte părți?**

Consilierul află despre mediul subiectului:

- Părinții sunt divorțați.
- El trăiește alături de tatăl și de bunica sa.
- Mama sa locuiește în alt oraș cu copilul mai mic (sora subiectului).
- Tatăl este alcoolic, sau cel puțin bea foarte des, iar când vine acasă își bate fiul, învinuindu-l că este un elev slab la învățătură.

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**3. Descrierea precisă a modului în care consilierul a tratat situația**

După prima întâlnire cu învățătoarea, este fixată o altă întâlnire, de data aceasta cu subiectul însuși. Băiatul este trimis / adus la consilier de către învățătoare, care vorbește despre comportamentul lui dificil, cu el de față în aceeași cameră. Ea menționează că nu este supărată pe băiat, ci doar caută ajutor și îi cere să coopereze cu consilierul. După această introducere, iese din birou, iar băiatul rămâne pentru ședința de consiliere.

Desigur, "A" este furios, pare vulnerabil și speriat. Primele încercări au ca scop ușurarea procesului de comunicare. "A" nu este chestionat sau acuzat de către consilier, ci lăsat să se joace și să deseneze, ceea ce facilitează comunicarea și diminuează anxietatea subiectului. Consilierul îi spune lui "A" că este binevenit pentru mai multe ședințe, discuții în birou numai între ei doi.

La a doua ședință, "A" apare singur, după ce i se adusese aminte de către învățătoare. El este invitat să deseneze o familie imaginară, ca test din care consilierul poate să descifreze relația emoțională a subiectului cu membrii familiei. De exemplu, în desen se plasează pe sine aproape de mamă, care, așa cum s-a menționat, nu împarte aceeași locuință cu băiatul. Sora se găsește la marginea hârtiei, mai jos decât el. Bunica apare apropiată în desen, așa cum este și în viața reală, ea fiind cea care îl protejează de tatăl agresiv. Acesta din urmă nu este prezent în tablou ca întreg, ci doar ca un ansamblu cap-față-mâini (corpul și picioarele lipsesc).

**4. Ce alte probleme critice, dificultăți sau aspecte deosebite au putut fi observate?**

**5. a) Cum a tratat consilierul situația descrisă la punctul 4?**

O vreme, "A" a venit la fiecare ședință de consiliere. După un timp a venit acolo de mai multe ori pe săptămână, dorind să se joace în birou sau doar să stea acolo și să deseneze. "A" căuta insistent compania consilierului.

Episoadele agresive sunt abordate; în urma discuțiilor, "A" plânge și recunoaște că îi pare rău. Pe de altă parte, comportamentul său în clasă nu suferă modificări majore.

Consilierul a fost singura persoană care nu l-a pedepsit sau acuzat niciodată pentru purtările lui agresive, ci doar și-a exprimat o opinie (fără a aproba, desigur, bătăile, dar în același timp fiind conștient că acest comportament este "simptomul" și nu "cauza".

Consilierul a încercat să-i contacteze pe părinți (pe tată și bunică), dar fără succes. A devenit evident că deși subiectul este "dezagreabil" pentru ceilalți, el este cel care suferă și are nevoie de asistență. Oamenii din jur și situația familială îl făceau nervos pe "A", împingându-l spre agresivitate.

**b) Cum credeți că ar fi trebuit să procedeze consilierul?**

Consilierul consideră că acest caz este copleșitor și consideră necesară consultarea unui asistent social, terapeut familial sau alt specialist în acest domeniu. Astfel, cazul este prezentat spre supervizare Centrului Județean de Asistență Psihopedagogică. "A" își continuă activitățile la birou, dar pare prea atașat de consilier, ceea ce constituie o problemă suplimentară. După ce mama sa l-a părăsit, bunica s-a arătat slabă în prezența

tatălui şi incapabilă să-i ghideze comportamentul, iar subiectul a dezvoltat un intens atașament față de această nouă "figură feminină / maternă". În timpul supravegherii apare nevoia stabilirii "granițelor", pentru clarificarea distanțelor fizice şi emoționale (consilierul nu trebuie să îl atingă sau să îl mângâie pe băiat, trebuie să îi amintească faptul că activitățile lor împreună vor înceta la sfârşitul anului şcolar).

**6. Care a fost rezultatul / urmarea consilierii? Ce aspecte au rămas nerezolvate?**

În ansamblu, "A" reuşeşte să încheie cu succes anul şcolar. Activitățile de consiliere s-au încheiat cu o săptămână înainte. Comportamentul subiectului s-a schimbat puțin, dar nu într-o manieră consistentă. Totuşi, "A" a beneficiat din aceste activități, cum s-a putut deduce din ultimul lui desen ("desenul de rămas-bun").

Consilierul ar fi vrut foarte mult să ia legătura cel puțin cu unul dintre tutori şi să le arate dificultățile pe care le trăia băiatul în acest timp, respectiv să le arate că există posibilități de ajutor, ca de pildă de a îi acorda mai multă atenție sau de a deveni conştienți de propriile lor probleme.

Consilierul şi-a dat seama de lipsurile în propria-i pregătire metodologică şi teoretică pentru această sarcină. După acest caz, consilierul a luat inițiativa de a studia fundamentele teoretice ale psihologiei şi psihologia familiei.

## Incident Critic - RO 4

**1. Descrierea unei situații de consiliere importantă / critică pe care ați trăit-o sau de care ați aflat:**

**a) Cum s-a ajuns la această situație?**

Elev din clasa întâi, pentru a doua oară, în vârstă de 8½ ani, venind dintr-o familie care îl avusese temporar în grijă, aflat în proces de adopție, în prezent în serviciu de plasament la o mamă adoptivă, diagnosticat cu "sindromul deficitului de atenție".

Cazul a fost adus sub atenția specialiştilor de la Centrul Municipal de Asistență Psihopedagogică de către consilierul şcolii. Apoi s-a implicat mama adoptivă.

**b) Unde şi când s-a întâmplat (loc, moment, mediu)?**

**c) Care au fost părțile implicate?**

**d) Care a fost conținutul exact şi desfăşurarea evenimentelor?**

**2. Ce părți cu origini etnice / culturale / din țări diferite au fost implicate în consultare şi care a fost relația lor cu celelalte părți?**

Atât colegii de clasă, cât şi părinții acestora îl resping pe subiect. Colegii de clasă stăteau aproape în fiecare dimineață în fața uşii clasei ca să îi blocheze intrarea. Administrația şcolii (directorul şi învățătoarea) ar fi preferat să îl exmatriculeze, conform mentalității populare că acest fel de elemente afectează prestigiul unității; deşi acum este în aplicare

un ordin ministerial în favoarea integrării copiilor cu tulburări comportamentale şi alte tipuri de incapacitate în sistemul de educaţie de masă / "normal".

**7. Descrierea precisă a modului în care consilierul a tratat situaţia:**

Elevul a fost chemat la biroul de consiliere, iar prima impresie pe care a făcut-o asupra practicienilor a fost de dezordine, incoerenţă verbală, nepăsare şi murdărie în îmbrăcăminte, cu semne anormale precum ochii pe jumătate închişi, gura deschisă, scărpinându-se pe tot corpul, apucând tot ce era de mâncare în jur, mai ales dulciuri. Un aspect remarcabil, care a cucerit de la început afecţiunea consilierilor, a fost remarcabila sa sociabilitate şi uşurinţă, vizibile în felul în care se recomanda, dând mâna cu toată lumea din încăpere şi făcând chiar o mică glumă în sensul de "tot eu sunt" la întâlnirea cu ultimul venit în biroul de consiliere.

Faptele pentru care a intrat în atenţia serviciului de consiliere au fost următoarele (identificate de subiectul însuşi într-o zi când 8 consilieri dezbăteau cazul său, iar el hoinărea prin cabinet jucându-se):

- Fuga de la şcoală după primele ore.
- Violent şi agresiv, verbal şi prin comportamentul general faţă de colegi şi învăţătoare.
- Întreruperi în prezenţa zilnică la ore.
- Lipsă de concentrare / deficit de atenţie în îndeplinirea sarcinilor şcolare.
- Nu avea nici un prieten în clasa din care făcea parte.
- Îşi sugea degetul, mai alea în momente de emoţie intensă.
- Era luat în râs de colegi, care îl strigau "bebeluş", "nebun", "orfan".

**8. Ce alte probleme critice, dificultăţi sau aspecte deosebite au putut fi observate?**

Probleme apărute în timpul lucrului la acest caz:

- Nevoia expresă de formare în tratarea comportamentului deviant şi a sindroamelor asociate.
- Care este calitatea serviciilor de consiliere furnizate de şcoli?
- Există riscul ca echipa de consilieri să fie învinuită de malpraxis?
- Există un cod etic în orientare şi consiliere?

**5. a) Cum a tratat consilierul situaţia descrisă la punctul 4?**

**b) Cum credeţi că ar fi trebuit să procedeze consilierul?**

Subiectul a fost pus sub observaţia specialiştilor:

- Au fost administrate baterii de teste (inteligenţă, memorie, atenţie, proiective), confruntate apoi cu rezultatele testării psihologice de la Comisia de Expertiză a Inspectoratului Şcolar Municipal.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Un set de şedinţe individuale de consiliere, combinate cu şedinţe de grup cu copii de aceeaşi vârstă (grup de dezvoltare personală).
- Consilierul a participat la întâlniri părinţi-învăţător, a discutat cu inspectoratul soluţii alternative (*step-by-step*, Waldorf) şi a lucrat la caz împreună cu alţi consilieri.

**6. Care a fost rezultatul / urmarea consilierii? Ce aspecte au rămas nerezolvate?**

Ca urmare a acestor intervenţii:

- Situaţia s-a îmbunătăţit, pe termen scurt, după care au avut loc remisiuni violente.
- El a fost transferat de la şcoala iniţială la o unitate unde funcţionează Centrul Judeţean de Asistenţă Psihopedagogică, pentru a fi mai aproape de serviciile profesioniste de sprijin.
- Asistentul social a mers în vizite de îngrijire la domiciliu timp de o lună, iar subiectul a fost o gazdă perfectă. Totuşi, s-a ajuns într-un impas.

Consilierul consideră că acest caz nu a fost rezolvat corespunzător şi definitiv, deoarece:

- Au fost implicaţi prea mulţi profesionişti.
- Lipsa de expertiză în sindromul deficitului de atenţie.
- Nu au fost desemnate responsabilităţi precise.
- A lipsit fermitatea în luarea şi impunerea deciziilor.
- Lipsa prevederilor legale asupra cadrului acestui caz.

**Incident Critic - RO 5**

**1. Descrierea unei situaţii de consiliere importantă / critică pe care aţi trăit-o sau de care aţi aflat:**

**a) Cum s-a ajuns la această situaţie?**

**b) Unde şi când s-a întâmplat (loc, moment, mediu)?**

**c) Care au fost părţile implicate?**

**d) Care a fost conţinutul exact şi desfăşurarea evenimentelor?**

Subiectul este o elevă din clasa a VII-a, dovedită a suferi de un sindrom patologic de mitomanie. Subiectul şi-a construit o biografie extrem de îndepărtată de cea reală.

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**2. Ce părți cu origini etnice / culturale / din țări diferite au fost implicate în consultare și care a fost relația lor cu celelalte părți?**

Problema ce părea a o fi adus la consilier era în întregime armonizată cu biografia imaginară. Ea s-a prezentat ca fiind dintr-o familie bogată, suferind din pricina vieții luxoase pe care o duce. Avea sentimentul că este folosită de toți cei care o cunosc, în sensul că ea era obligată să facă favoruri financiare celor care voiau în schimb să îi fie prieteni. Prieteni ei bogați o "plictiseau" cu stilul lor de viață (pizza, cluburi, îmbrăcăminte etc.) și în lipsa unei relații sufletești autentice. Pentru a păstra aparența unei relații de prietenie cu ei, ea era gata să plătească pentru câteva seri "în oraș". Își dorea o viață simplă, cu un prieten care să o iubească pentru ceea ce este cu adevărat, dincolo de toată bogăția ei. De-a lungul ședințelor a reieșit că ea și-a găsit un astfel de prieten. Totul e bine până aici... doar că dintr-o dată ea spune că acest băiat a avut un accident de mașină și acum este paralizat. Atunci au început vizitele ei zilnice la spital, grijile ca prietenul ei să nu se sinucidă.

**3. Descrierea precisă a modului în care consilierul a tratat situația?**

Când consilierul o suna acasă, ea improviza o situație în care nu putea să vorbească la telefon, apoi, după câteva momente de tăcere, lăsa să pară că a ajuns în altă încăpere cu alt telefon, și începea să vorbească în șoaptă. În această istorie complicată a atras o colegă care, ca și consilierul, a crezut povestea despre bogăție, prieten și dramă. Subiectul nostru i-a propus colegei să îi aranjeze o întâlnire cu fratele prietenului ei, știind că fata era strict supravegheată și că șansele unei asemene întâlniri erau minime. Când colega a cerut o fotografie cu cei doi frați, i-a fost arătată o fotografie cu doi copii (în vârstă de 4 și 5 ani), afirmând că erau ei cu ani în urmă.

**4. Ce alte probleme critice, dificultăți sau aspecte deosebite au putut fi observate?**

Cele mai mari dificultăți apărute în acest caz au fost legate de următoarele întrebări puse de consilier:

- Ar fi trebuit să înceteze "contractul" de consiliere în momentul în care și-a dat seama că fata mințea?
- Trebuia să îi demontez povestea pas cu pas? Iar dacă da, cum ar fi trebuit să îi spun că minte?
- Ce efecte ar fi avut o asemenea abordare? Ar fi putut fi ceva de genul: "Știu că minți, dar te înțeleg chiar și în aceste condiții."

**5. a) Cum a tratat consilierul situația descrisă la punctul 4?**

**b) Cum credeți că ar fi trebuit să procedeze consilierul?**

Consilierul nu poate arăta precis momentul în care și-a dat seama că ceva nu este în regulă, dar poate să spună clar când a descoperit cazul ca fiind unul clasic de mitomanie. Consilierul obișnuia să aibă relații apropiate cu majoritatea elevilor, inclusiv cu subiectul. Aceasta a început să le spună colegilor de clasă că are o relație specială cu consilierul, și

că au mers chiar la cumpărături împreună. Atunci consilierul a început să pună la îndoială informațiile furnizate până atunci:

- Discuție cu dirigintele despre situația financiară și materială a subiectului.
- Discuție cu vecinii și colegii de clasă.
- Discuție cu fratele ei, fără a sugera nimic despre o posibilă tulburare de personalitate.

**6. Care a fost rezultatul / urmarea consilierii? Ce aspecte au rămas nerezolvate?**

Realitatea a dezvăluit o situație exact opusă: origine familială destul de modestă (mama - învățătoare și tatăl - electrician), tensiuni interne (părinții se ceartă) și inexistența unui prieten.

Ședințele de consiliere au continuat, consilierul punându-i întrebări subtile menite să îi zdruncine povestea. Fata s-a ataşat de acelaşi scenariu, dar curând şi-a dat seama că acesta nu mai era coerent şi a renunțat la ședințele de consiliere.

**Incident Critic - RO 6**

**1. Descrierea unei situații de consiliere importantă / critică pe care ați trăit-o sau de care ați aflat:**

**a) Cum s-a ajuns la această situație?**

În liceu a apărut cazul unei fete de 17 ani, care în ultima vreme, plângea foarte des. Subiectul a venit pentru consiliere şi s-a confesat consilierului:

- Un părinte nervos.
- Două tentative de sinucidere cu medicamente, ținute secret.
- Victima unui viol în grup.
- Comportament sexual haotic.
- Iminența ca tatăl să afle de viol.
- Băutură, fumat mult.
- Simptoame de *stress* post-traumatic, cum sunt *flash*-uri din trecut, crize de plâns etc., conducând la o stare mentală depresivă.

**b) Unde şi când s-a întâmplat (loc, moment, mediu)?**

Înainte de asta, ea fusese plasată într-un cămin de elevi, de unde fusese expulzată din cauza unor probleme de comportament (băutură, furt din magazine, încălcarea programului din cămin).



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**b) Care au fost părțile implicate?**

Când ea și consilierul s-au întâlnit, subiectul lipsise de la multe ore de curs și trăia singură într-un apartament închiriat. Consilierul a aflat mai multe aspecte legate de istoria vieții tinerei de la pedagog.

**c) Care a fost conținutul exact și desfășurarea evenimentelor?**

Consilierea a început la biroul de consiliere și a durat mai multe ședințe (înainte de sărbătorile de iarnă), iar subiectul părea să se îndrepte spre o îmbunătățire a situației. Apoi cazul a fost trimis Centrului de Consiliere a Copilului și Familiei, unde se găsesc specialiști în problema abuzului sexual. Dar fata nu a participat la ședințele săptămânale programate acolo.

**2. Ce părți cu origini etnice / culturale / din țări diferite au fost implicate în consultare și care a fost relația lor cu celelalte părți?**

**3. Descrierea precisă a modului în care consilierul a tratat situația:**

Când a început anul de studiu (în septembrie), subiectul a venit la biroul școlii și a motivat absența de la terapie prin dorința de a învăța mai mult pentru a termina liceul. A venit la consultație timp de 6-7 săptămâni, apoi a început să lipsească de la ore; în continuare a spus că are nevoie de un pașaport ca să muncească în străinătate.

Părinții au fost chemați la școală din cauza absenteismului ei frecvent. În fața directorului, fata a promis că nu va mai lipsi de la școală (deși era îngrijorată întrucât pașaportul pretindea prezența ei la aceleași ore ca și programul școlar) și că își va încheia onorabil anul școlar.

**4. Ce alte probleme critice, dificultăți sau aspecte deosebite au putut fi observate?**

Într-o zi, consilierul a primit un telefon de la o colegă de cameră / clasă a subiectului, care îi cerea să vină în apartament deoarece se întâmplase ceva grav. Subiectul se simțea rău pentru că sângerase toată noaptea și era gravidă (în 6-7 săptămâni).

**5. a) Cum a tratat consilierul situația descrisă la punctul 4?**

**b) Cum credeți că ar fi trebuit să procedeze consilierul?**

Toți au mers la spital, unde fata a trebuit să întrerupă sarcina și a stat acolo pentru câteva zile.

**6. Care a fost rezultatul / urmarea consilierii? Ce aspecte au rămas nerezolvate?**

Ea s-a întors la școală, dar după o săptămână a dispărut și de acasă și de la școală. Din informațiile disponibile în acel moment, a rezultat ca probabil faptul că ea este în Austria, într-o rețea de trafic de ființe umane, cu scopuri legate de prostituție.

Lucruri rămase nelămurite:

- Ar fi trebuit consilierul să sune la poliție fără permisiunea subiectului sau a familiei ei?

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Ar fi trebuit consilierul să evite vizita la domiciliul subiectului?
- S-a folosit subiectul de consilier ca să întrerupă sarcina ce o împiedica să părăsească țara?
- Ar fi trebuit consilierul să insiste ca părinții să o supravegheze pe fată așa încât ea să nu poată părăsi țara?
- Dacă un traficant o controlează pe fată, poate fi ea ajutată în vreun fel?

## 3.3. Austria

### Incident Critic - BIFO 1

**1. Descrierea unei situații de consiliere importantă / critică pe care ați trăit-o sau de care ați aflat:**

**a). Cum s-a ajuns la această situație?**

L-am mai consiliat pe solicitant și înainte; la fiecare ședință venea cu foarte multe idei noi, pentru care solicita informații detaliate. După întrevedere, continua să caute informații prin telefon.

**b). Unde și când s-a întâmplat (loc, moment, mediu)?**

La biroul meu.

**c). Care au fost părțile implicate?**

Solicitantul, consilierul (femeie).

**d). Care a fost conținutul exact și desfășurarea evenimentelor?**

Solicitantul dorea ca eu să îi spun ce decizie să ia (dreptul de a studia în Stams sau în Bregenz - colegiu de pedagogie sau academia de sociologie?)

**2. Ce părți cu origini etnice / culturale / din țări diferite au fost implicate în consultare și care a fost relația lor cu celelalte părți?**

**Descrierea precisă a modului în care consilierul a tratat situația?**

Solicitantul devenea din ce în ce mai deranjant cu numeroasele lui apeluri (noi subiecte apărând la fiecare apel). Am încercat să rămân cât se poate de calmă la telefon, să îi structurez întrebările, să le sistematizez și să răspund sistematic.

**4. Ce alte probleme critice, dificultăți sau aspecte deosebite au putut fi observate?**

Solicitantul nu voia să se implice, dorea ca altcineva să ia decizia în locul lui. Dorea mai multe informații decât i se puteau furniza de către cineva.



BUCHAREST CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**5. a) Cum a tratat consilierul situația descrisă la punctul 4?**

Nimeni nu poate lua decizia în locul lui. El este specialistul în domeniul vieții sale. I-am dat relații despre diferitele şcoli unde putea să capete detalii ...

**b) Cum credeți că ar fi trebuit să procedeze consilierul?**

**6. Care a fost rezultatul / urmarea consilierii? Ce aspecte au rămas nerezolvate?**

Nu a existat nici un rezultat concret, decizia a rămas în continuare să fie luată de el însuşi.

## Incident Critic - BIFO 2

**1. Descrierea unei situații de consiliere importantă / critică pe care ați trăit-o sau de care ați aflat:**

**a) Cum s-a ajuns la această situație?**

O persoană a sunat şi a cerut să fie consiliată.

**b) Unde şi când s-a întâmplat (loc, moment, mediu)?**

La Centrul de Informare - după amiază; vizitatorii şi personalul erau în apropiere.

**c) Care au fost părțile implicate?**

Un domn ce dorea să fie sfătuit şi eu (consilier, femeie).

**d) Care a fost conținutul exact şi desfăşurarea evenimentelor?**

Solicitantul căuta informații despre formarea profesională în proiectarea grafică şi, în particular, despre centre de testare / evaluare pentru aceste cursuri de formare.

**2. Ce părți cu origini etnice / culturale / din țări diferite au fost implicate în consultare şi care a fost relația lor cu celelalte părți?**

Un coleg consilier căruia i-am cerut sfaturi şi informații suplimentare.

**3. Descrierea precisă a modului în care consilierul a tratat situația?**

I-am oferit solicitantului informația; după o scurtă consultare cu un coleg şi căutare pe *Internet*, l-am sunat iar pe domnul respectiv, informându-l despre *web site*-uri şi alte posibilități de testare identificate. Am încercat să răspund calm în fața atitudinii sale exigente.

**4. Ce alte probleme critice, dificultăți sau aspecte deosebite au putut fi observate?**

Clientul era foarte şi nerăbdător, permanent nesatisfăcut de informațiile care i-au fost oferite.

**5. a) Cum a tratat consilierul situația descrisă la punctul 4?**

Am rămas calmă şi am răspuns întrebărilor sale în mod pragmatic. Consideram, însă, foarte dificil de făcut față atitudinii clientului. După convorbire mi-am dezvăluit sentimentele într-o convorbire cu un coleg.



BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**b) Cum credeți că ar fi trebuit să procedeze consilierul?**

Este bine că am rămas calmă şi pragmatică. Ar fi trebuit evidențiate mai clar limitele posibilităților existente.

**6. Care a fost rezultatul / urmarea consilierii? Ce aspecte au rămas nerezolvate?**

Clientul a primit titluri de cărți cu teste şi adrese *Internet*. Informații despre testele diferitelor şcoli nu au fost oferite, întrucât testele nu sunt accesibile.

**Incident Critic - BIFO 3**

**1. Descrierea unei situații de consiliere importantă / critică Cum s-a ajuns la această situație?**

**a) Unde şi când s-a întâmplat (loc, moment, mediu)?**

**b) Care au fost părțile implicate?**

**c) Care a fost conținutul exact şi desfăşurarea evenimentelor?**

Am recepționat convorbirea la Centrul de Informare, târziu după amiază. În jur era destul de mult zgomot, doi colegi discutau ceva chiar lângă mine.

Un solicitant turc, vorbind destul de greu limba germană, dorea informații despre un stagiu de instruire pentru broderie. În timpul convorbirii am verificat lista ocupațiilor cu stagii de instruire şi nu am putut să o găsesc pe aceasta anume. Am fost destul de surprins, deoarece aveam convingerea că există stagii de pregătire pentru această ocupație. L-am mai chestionat pe solicitant ca să văd dacă l-am înțeles corect. El mi-a confirmat. I-am spus că trebuie să caut mai mult ca să găsesc informațiile cerute şi că îl voi suna eu mai târziu.

**2. Ce părți cu origini etnice / culturale / din țări diferite au fost implicate în consultare şi care a fost relația lor cu celelalte părți?**

- Un solicitant turc.
- Relația a fost bună.

**3. Descrierea precisă a modului în care consilierul a tratat situația?**

Am vorbit mai întâi cu un coleg care nu a putut să mă ajute. Am sunat apoi direct la departamentul de formare de la Camera de Comerț şi mi s-a spus că nu există stagii de pregătire pentru această ocupație. L-am sunt apoi pe client şi i-am transmis informația. Îi puteam oferi un număr de ocupații alternative cu stagii de formare în industria textilă.

**4. Ce alte probleme critice, dificultăți sau aspecte deosebite au putut fi observate?**

- Dificultăți de comunicare (competență lingvistică).
- Mediu nefamiliar consilierului.



BCU "LUCIAN BLAGA" UNIVERSITY LIBRARY

- Mediu zgomotos.
- Consilierul confruntat cu o cerere excesivă de cunoştinţe.

**5. a) Cum a tratat consilierul situaţia descrisă la punctul 4?**

**b) Cum credeţi că ar fi trebuit să procedeze consilierul?**

Consilierul a fost pus în dificultate, dar a procedat corect oferindu-se să caute informaţia şi să sune el ulterior.

**6. Care a fost rezultatul / urmarea consilierii? Ce aspecte au rămas nerezolvate?**

În cele din urmă, solicitantul a primit informaţia dorită.

**Incident Critic - BIFO 4**

**1. Descrierea unei situaţii de consultanţă importantă / critică pe care aţi trăit-o sau de care aţi aflat:**

**a) Cum s-a ajuns la această situaţie?**

Discuţie telefonică la BIFO: Angajata unei bănci mi-a cerut să o ajut să găsească un seminar de formare în domeniul "vânzări şi depozite aur".

**b) Unde şi când s-a întâmplat (loc, moment, mediu)?**

Loc: La biroul meu de la BIFO.

Moment: Luni, 29 iulie 2002, după amiază (din câte îmi amintesc).

**c) Care au fost părţile implicate?**

Solicitantul şi cu mine.

**d) Care a fost conţinutul exact şi desfăşurarea evenimentelor?**

- Angajata băncii a sunat şi mi-a cerut să aflu ce oportunităţi de formare există în acest domeniu. Ea nu găsise nimic potrivit.
- Am început să caut material informativ: mai întâi chiar la BIFO, apoi prin motoarele de căutare pe *Internet* - fără succes. Mi-a luat destul de mult timp. L-am sunat apoi pe şeful departamentului de la VWK care mi-a spus că el nu ştie nimic despre ceva asemănător, dar că ar fi bine să fie întrebată Banca Naţională Austriacă, deoarece majoritatea băncilor îşi organizează cursurile de formare în cadrul instituţiei.
- Suplimentar, i-am cerut unui prieten care este student la cea mai prestigioasă instituţie de educaţie bancară şi financiară din Viena să facă o serie de cercetări. Deşi avea contacte şi adrese excelente, nici el nu a putut găsi nimic.

BCU "LUCIAN BLAGA" CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Am sunat-o apoi pe clientă şi i-am spus că nu am putut afla nimic despre formarea cu privire la "aur". Pe baza informaţiei date de specialistul WK, am orientat-o spre Banca Naţională Austriacă. Doar atunci mi-a spus că ea deja căutase informaţii la Banca Naţională şi făcuse cercetări pe cont propriu.

**2. Ce părţi cu origini etnice / culturale / din ţări diferite au fost implicate în consultare şi care a fost relaţia lor cu celelalte părţi?**

Neaplicabil - în această ţară, în Viena.

**3. Descrierea precisă a modului în care consilierul a tratat situaţia?**

Convorbirea ca atare a fost scurtă şi foarte concretă. Numai că în ora următoare a început să se instaleze o anume iritare. De ce nu mi-a spus de la început unde căutase deja? Discutând cu echipa, am hotărât ca acest tip de situaţii să fie tratate în viitor după cum urmează: timpul cheltuit cu "subiecte exotice" nu trebuie să fie excesiv, iar înainte de începerea cercetărilor, trebuie stabilită contribuţia aşteptată din partea consilierului.

**4. Ce alte probleme critice, dificultăţi sau aspecte deosebite au putut fi observate?**

Informaţii pe care solicitantul nu le-a dezvăluit consilierului:

Solicitantul a "abuzat" de mine furnizându-mi retroactiv informaţii importante; m-a lăsat să fac cercetări, deşi ştia probabil că cea mai mare parte a stagiilor de formare în domeniul respectiv sunt organizate în cadrul instituţiei; avea, adică, la dispoziţie mai multe informaţii decât mine.

**5. a) Cum a tratat consilierul situaţia descrisă la punctul 4?**

Am prezentat problema echipei şi am discutat-o cu colegii.

**b) Cum credeţi că ar fi trebuit să procedeze consilierul?**

**6. Care a fost rezultatul / urmarea consilierii? Ce aspecte au rămas nerezolvate?**

Apelarea clientei pentru a o informa că nu am putut găsi nici o informaţie în problema ei. Poate aş fi putut să o mai sun mai târziu ca să mai discutăm despre asta? Nu cred că ar fi fost de vreun folos. Am considerat important de discutat cu colegii de echipă, ceea ce a condus la o înţelegere satisfăcătoare.

### Incident Critic - BIFO 5

**1. Descrierea unei situaţii de consultanţă importantă / critică pe care aţi trăit-o sau de care aţi aflat:**

**a) Cum s-a ajuns la această situaţie?**

Un tată a sunat în legătură cu consilierea fiicei sale. El dorea ca ea să fie supusă unui test de aptitudini.



BCU "SIMION BĂRNUŢIU" CLUJ-NAPOCA LIBRARY

**b) Unde şi când s-a întâmplat (loc, moment, mediu)?**

La biroul meu.

**c) Care au fost părţile implicate?**

Solicitant, consilier.

**d) Care a fost conţinutul exact şi desfăşurarea evenimentelor?**

Tatăl dorea un test de aptitudini pentru fata sa şi mi-a reproşat că există o taxă pentru consiliere la BIFO, în timp ce la BIZ (Centrul de Informare al Agenţiei de Muncă) este gratuit.

**2. Ce părţi cu origini etnice / culturale / din ţări diferite au fost implicate în consultare şi care a fost relaţia lor cu celelalte părţi?**

**3. Descrierea precisă a modului în care consilierul a tratat situaţia?**

I-am explicat de ce noi cerem o contribuţie, cum vedem noi consilierea şi i-am propus consilierea la BIZ, spunându-i că este vorba de o acţiune voluntară.

**4. Ce alte probleme critice, dificultăţi sau aspecte deosebite au putut fi observate?**

A refuzat să înţeleagă diferenţa dintre instituţia noastră şi BIZ, şi nu a vrut să plătească nimic pentru serviciile noastre de consiliere.

**5. a) Cum a tratat consilierul situaţia descrisă la punctul 4?**

Vezi punctul 3.

**b) Cum credeţi că ar fi trebuit să procedeze consilierul?**

**6. Care a fost rezultatul / urmarea consilierii? Ce aspecte au rămas nerezolvate?**

Tatăl a vrut să se mai gândească. Nimic nu s-a mai făcut după ce tatăl şi-a exprimat nemulţumirea cu privire la taxă.

**Incident Critic - BIFO 6**

**1. Descrierea unei situaţii de consultanţă importantă / critică pe care aţi trăit-o sau de care aţi aflat:**

**a) Cum s-a ajuns la această situaţie?**

Dl. K. venise deja să mă vadă pentru o şedinţă de consiliere. În timpul consilierii el s-a arătat foarte pretenţios şi nu a lăsat o impresie agreabilă. Aproximativ o săptămână mai târziu el a sunat din nou, dorind programarea unei alte şedinţe de consiliere.

**b) Unde şi când s-a întâmplat (loc, moment, mediu)?**

În biroul meu, la BIFO, după amiază.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**c) Care au fost părţile implicate?**

Consilierul şi solicitantul.

**d) Care a fost conţinutul exact şi desfăşurarea evenimentelor?**

Mr. K. sună, începând conversaţia după cum urmează:

Din moment ce ultima noastră conversaţie nu s-a încheiat cu foarte mult "succes", vreau să ne întâlnim din nou şi să discutăm ce altceva ar putea fi potrivit pentru mine.

Acest mod de a vorbi m-a făcut să mă simt la fel ca în ultima şedinţă de consiliere. Era foarte greu să conversezi cu dl. K de la egal la egal. Totdeauna voia să se plaseze pe sine deasupra, să aibă un ascendent şi, după părerea mea, nu a fost niciodată deschis cu adevărat. A părut la fel de arogant, ca unul care le ştie pe toate şi trebuie să aibă mereu ultimul cuvânt.

Am păstrat discuţia la nivelul faptelor, discutând mereu despre ce ar fi important pentru el la a doua întâlnire, şi am căzut de acord să avem două întâlniri.

Ultima lui propoziţie la consiliere a fost cinică, atât în conţinut cât şi în ton, aşa cum mă obişnuisem din partea lui: "Bine, atunci voi veni cu o zi mai devreme să dau testul ca să aveţi timp suficient să îl evaluaţi."

**2. Ce părţi cu origini etnice / culturale / din ţări diferite au fost implicate în consultare şi care a fost relaţia lor cu celelalte părţi?**

Nici una.

**3. Descrierea precisă a modului în care consilierul a tratat situaţia?**

Din fericire, un coleg observase şedinţa de consiliere precedentă prin reţeaua internă video şi am avut posibilitatea de a reveni asupra aceste situaţii. Aceasta m-a ajutat să fac faţă destul de bine la telefon atitudinii dlui K, deoarece am lucrat mult la asta după şedinţa de consiliere.

M-am limitat la fapte şi am păstrat o atitudine profesionistă, am fost de acord cu el în privinţa datei testării şi nu m-am lăsat atrasă în jocul lui manipulator.

**4. Ce alte probleme critice, dificultăţi sau aspecte deosebite au putut fi observate?**

- Atitudinea clientului.
- Aroganţa şi atitudinea de atotştiutor.
- Cinismul său.

Sentimentul pe care mi-l provoca: agresiune.

**5. a) Cum a tratat consilierul situaţia descrisă la punctul 4?**

Prin pragmatism, păstrându-mi atitudinea profesionistă de consilier, am putut să-mi controlez bine sentimentele, chiar m-am simţit flatată de faptul că el mai dorea o altă întâlnire cu mine.



BCU TRANSILVANIA UNIVERSITY LIBRARY

Am înțeles între timp că atitudinea lui își avea explicația mai ales în neîncrederea în ceilalți și în sine.

**b) Cum credeți că ar fi trebuit să procedeze consilierul?**

**6. Care a fost rezultatul / urmarea consilierii? Ce aspecte au rămas nerezolvate?**

Rezultat: Stabilirea a două întâlniri: una pentru test, una pentru ședința de consiliere.

Decizie: Crearea unei relații bazată pe încredere în ședința următoare, așa încât lui să îi fie mai ușor să adopte o atitudine deschisă.

## Incident Critic - BIFO 7

**1. Descrierea unei situații de consultanță importantă / critică pe care ați trăit-o sau de care ați aflat:**

**a) Cum s-a ajuns la această situație?**

În schimbul al doilea de joi (ore de lucru cu publicul între 13.30 și 19.00) sunt singură la BIFO, iar la 18.50 am început să îmi închid computerul și să mă pregătesc de plecare. 3 minute înaintea orei de închidere (19.00) a sunat telefonul.

**b) Unde și când s-a întâmplat (loc, moment, mediu)?**

BIFO, 18.57, zona de recepție.

**c) Care au fost părțile implicate?**

Consilierul și un solicitant între 25 și 30 de ani.

**d) Care a fost conținutul exact și desfășurarea evenimentelor?**

Solicitantul dorea să afle despre un stagiu de formare în Liechtenstein.

**2. Ce părți cu origini etnice / culturale / din țări diferite au fost implicate în consultare și care a fost relația lor cu celelalte părți?**

Nu au fost implicate alte persoane.

**3. Descrierea precisă a modului în care consilierul a tratat situația?**

**4. Ce alte probleme critice, dificultăți sau aspecte deosebite au putut fi observate?**

Consilierul îl cunoștea pe solicitant după nume și voce. El mă sunase de câteva ori și ceruse informații și de la alți consilieri. Din convorbirile precedente lăsase deja impresia de a fi nerăbdător, arogant și cu pretenția că le știe pe toate. A cerut informați despre arii foarte diverse, legate de educație, ceea ce ne-a dat impresia că nu știa cu adevărat ce vrea. Nu acceptat niciodată o conversație mai intensă care să aducă mai multe clarificări. Voia numai răspunsuri la întrebările lui și atât!

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Dificultăți:

- Acest domn a sunat la 18.57.
- El are o "mare" problemă, dar de fapt ştie deja totul.
- Tonul vocii lui este foarte imperativ.

Toate aste îl fac pe consilier să se simtă agresiv.

**5. a) Cum a tratat consilierul situația descrisă la punctul 4?**

Consilierul a încercat să rămână calm şi să răspundă întrebărilor. Totuşi, o chestiune a rămas deschisă deoarece se referea la prea multe detalii. După ce solicitantul a început să folosească un ton din ce în ce mai agresiv, consilierul a ridicat, de asemenea, vocea şi a dat dovadă de mai multă hotărâre. A făcut asta ca să îi impună anumite limite. Tonul mai dur al consilierului l-a făcut dintr-o dată pe solicitant politicos şi calm.

**b) Cum credeți că ar fi trebuit să procedeze consilierul?**

**6. Care a fost rezultatul / urmarea consilierii? Ce aspecte au rămas nerezolvate?**

Unele întrebări şi-au primit răspuns, pentru altele solicitantul va trebui să sune la institutul de învățământ superior pentru detalii.

**Incident Critic - BIFO 8**

**1. Descrierea unei situații de consiliere importantă / critică pe care ați trăit-o sau de care ați aflat:**

**a) Cum s-a ajuns la această situație?**

Apel telefonic.

**b) Unde şi când s-a întâmplat (loc, moment, mediu)?**

La birou, în cursul dimineții.

**c) Care au fost părțile implicate?**

Consilierul, solicitantul (femeie).

**d) Care a fost conținutul exact şi desfăşurarea evenimentelor?**

Solicitantul caută o posibilitate de formare profesională în fizioterapie sau ca dietetician în Vorarlberg ori făcând naveta din Vorarlberg. Problema: nu există o astfel de posibilitate. Solicitantul este dezamăgit şi supărat.

**2. Ce părți cu origini etnice / culturale / din țări diferite au fost implicate în consultare şi care a fost relația lor cu celelalte părți?**

Atât consilierul, cât şi solicitantul sunt din Vorarlberg.



BCU TRANSILVANIA UNIVERSITY LIBRARY

**3. Descrierea precisă a modului în care consilierul a tratat situația?**

Consilierul a ascultat.

**4. Ce alte probleme critice, dificultăți sau aspecte deosebite au putut fi observate?**

Solicitant supărat, ea era furioasă pe sistemul de educație, consilierul nu putea face nimic spre a schimba situația.

**5. a) Cum a tratat consilierul situația descrisă la punctul 4?**

Rămâne calm, ascultând.

**b) Cum credeți că ar fi trebuit să procedeze consilierul?**

**6. Care a fost rezultatul / urmarea consilierii? Ce aspecte au rămas nerezolvate?**

Solicitantul s-a calmat puțin.

## 3.4. Cehia

### Incident Critic - CZ 1

S-a întâmplat în ianuarie 2002 la Centrul Locurilor de Muncă de la Centrul de Informare şi Consiliere (CIC). Este povestea clientului meu, deoarece am lucrat aici în calitate de consilier.

Prima întâlnire: Mama lui Martin a venit la CIC dorind să afle informații despre un domeniu de studii pentru fiul său. Am întrebat-o care sunt ideile lui despre viitoarea sa ocupație. Ea mi-a răspuns că notele lui Martin nu sunt prea bune, dar cu doi ani în urmă era un elev foarte bun şi cu note pe măsură. Am întrebat-o care era cauza. Mama a răspuns că el este un copil problematic, iar comportamentul lui nu a fost bun în ultima vreme. I-am răspuns că alegerea domeniului de studii este o decizie foarte importantă, la care Martin trebuie să participe. În încheiere am stabilit o întâlnire.

A doua întâlnire: Mama lui Martin a venit cu părinții ei la CIC. Erau foarte ocupați tot timpul. Bunica a început să vorbească despre Martin. Nu aveau totuşi timp de data asta, pentru că mergeau la Centrul Educațional. Un asistent social a propus ca Martin să meargă la Centrul de Diagnostic. Mama lui Martin şi asistentul social urmau să decidă dacă băiatul trebuie să meargă sau nu acolo. Eu le-am spus că mulți copii de vârsta lui au un sentiment de singurătate şi au nevoie de mai multă atenție şi dragoste din partea rudelor. În cele din urmă, Martin nu a mai mers la Centrul de Diagnostic.

A treia întâlnire: Martin şi mama lui au venit la CIC. Le-am spus despre posibilitățile pe care le are CIC şi despre serviciile psihologice. Martin dorea să completeze teste psihologice.

BABEŞ-BOLYAI UNIVERSITY LIBRARY

A patra întâlnire: Concluzia testelor psihologice: Martin avea o inteligență medie, era interesat de calculatoare și profesiile tehnice.

Am descoperit un fapt nou despre viața lui Martin. Notele lui Martin au fost proaste în perioada divorțului mamei sale. Tatăl său vitreg începuse să bea mult și țipa la el în fiecare seară. Martin încerca să fugă de acasă în fiecare zi. În această perioadă în clasa lui a apărut un băiat nou. Noul venit a avut o experiență cu marijuana. I-a oferit o țigară lui Martin. Martin a început să fumeze marijuana aproape regulat. Avea note tot mai slabe, era apatic și insensibil. Martin a devenit bun prieten cu noul venit, care îi oferea marijuana pe gratis. Martin se simțea obosit, împrăștiat, molatic, somnoros.

Martin a trebuit să aibă grijă de fratele lui mai mic după divorț. Mama sa lucra în schimburi, iar Martin trebuia să îl ia de la grădiniță, să îi gătească, să facă unele cumpărături etc. Nu mai avea timp să iasă cu prietenul său. Nu era interesat de învățătură, avea o reputație proastă și uneori era făcut responsabil pentru lucruri de care nu era vinovat.

Ideea lui era să lucreze ca electrician, dar notele lui nu erau suficient de bune. I s-a oferit să urmeze o școală de mecanic programator. Dacă ar fi avut succes, ar fi putut învăța să lucreze la o mașină de calcul numeric.

I s-a oferit șansa de a începe o nouă viață la o altă școală. Ne gândeam la posibilitatea ca el să fie cazat la un cămin pentru ucenici - el trebuia să decidă. Exista posibilitatea să aibă alte necazuri, dar exista un avantaj - nu mai urma să aibă grijă de fratele său mai mic.

Concluzie: Martin și-a stabilit acest obiectiv, dar nu va fi ușor să îl atingă. El a depășit criza, nu mai fumează marijuana, chiar dacă este încă posibil să obțină gratis o țigară. El este gata de luptă, dar lupta trebuie să fie potrivită vârstei lui și are nevoie de ajutorul celor din jur. Recomandare pentru mamă: ar trebui să îl scutească de povara de a avea grijă de fratele mai mic.

**Incident Critic - CZ 2**

O tânără în vârstă de 21 de ani a venit la Centrul Locurilor de Muncă. Ea absolvit o școală de ucenici, iar apoi a urmat niște cursuri suplimentare. După ce a terminat studiile a început să muncească. A lucrat în administrație, la un birou de poliție, iar apoi a făcut tot muncă de administrație la un alt birou. A fost concediată de aici în timpul perioadei de probă. Acest fapt i-a subminat siguranța și încrederea în sine. Mama ei îi spunea mereu că sora ei, spre deosebire de ea, este foarte pricepută și o contabilă foarte bună. Fata simțea că îi displace munca administrativă, era foarte nefericită pentru că nu știa ce vrea să facă.

A venit la Centrul Locurilor de Muncă pentru a se înscrie pentru o slujbă. În timpul interviului cu un consilier au apărut fapte noi despre faptul că ea este o bună prietenă, căreia mulți îi împărtășesc problemele lor, iar ea este capabilă să îi ajute. Nu s-a aflat niciodată în centrul atenției, deoarece este foarte timidă. Nu se poate manifesta înaintea multor oameni. Se simțea foarte singură după concediere, ca o persoană ciudată. Spunea că are 21 de ani și nu știe ce să facă în viitor cu viața ei.

Consilierul i-a recomandat o testare psihologică (test de inteligență și test de interese), deoarece fata era interesată de munca de asistență socială, *hobby*-urile ei fiind literatura, artele, biologia și sportul. Consilierul i-a recomandat să lucreze ca asistentă în Centrul pentru Activități de Timp Liber. Ar fi putut, treptat, să învețe să lucreze cu copiii mici. A ajuns la concluzia de a se înscrie la o școală specializată în asistența socială și politici sociale.

Consilierul a sfătuit-o să urmeze cursuri de creștere a încrederii în sine și în calitățile proprii.

În acest caz, sursa conflictului se afla în familia fetei. Membrii familiei nu o stimulau sau nu știau cum să facă asta.

**Incident Critic - CZ 3**

Acest caz a apărut la jumătatea anului 2002 în Cehia și a avut loc la Centrul Locurilor de Muncă.

Este vorba despre un om într-un scaun cu rotile. Lucrase ca șofer până în momentul accidentului. În prezent și-a pierdut picioarele și este complet invalid. Nu are o parteneră, se simte singur, trăiește împreună cu mama lui. Mama lui îl însoțește.

A venit la Centrul Locurilor de Muncă să se înscrie pentru o slujbă. Era, însă, o problemă: la ghișeu i s-a spus că nu era posibil să fie înregistrat conform legii. El avea o hotărâre despre invaliditatea completă, conform literei D din codului legal. Aceasta însemna că el nu poate munci, nu se poate înscrie la Centrul Locurilor de Muncă. Bărbatul a început să strige că era invalid și că nu i se dă dreptul să muncească. A strigat că nu mai are nici un ban de 7 luni. Făcuse rost de un loc de muncă, dar nu putea să îl ocupe fără înscrierea la Centrul Locurilor de Muncă. Nimeni, la nici un birou, nu voia să îl ajute. Cine să îl poată ajuta, dacă nu cineva de la birou?! Repeta des că ar putea să se împuște, că era un nimeni. Spunea că are mintea întreagă și că vrea să muncească.

Femeia de la ghișeu a trimis după un consilier. Acesta s-a uitat la hotărâre și a dat același verdict ca și femeia mai înainte.

Dar omul din scaunul cu rotile nu avea pace. Continua să strige că o să se împuște. De aceea a fost chemat în ajutor un psiholog.

Psihologul l-a dus pe bărbat și pe mama acestuia la birou. El striga din nou ca la început. Psihologul i-a spus: "Aș vrea să vă ajut, cum pot să vă ajut?". Treptat, bărbatul a devenit mai calm. Psihologul i-a ascultat povestea încă o dată. El i-a spus un lucru nou, că și-a găsit deja un loc de muncă, dar cu condiția ca Centrul Locurilor de Muncă să plătească un beneficiu angajatorului. Este posibil și este un fapt obișnuit ca cei care angajează o persoană cu handicap să primească un beneficiu destul de mare. Psihologul a dorit să vadă hotărârea cu privire la invaliditate. Termenul era ianuarie 2001. Mama a spus că data este destul de veche. Atunci el a spus că mai avea o hotărâre, din decembrie 2001.



BCU BABEȘ-BOLYAI UNIVERSITY LIBRARY

Ultima hotărâre era foarte diferită de cea veche. Era vorba de litera C - ceea ce însemna că bărbatul putea să se înregistreze şi să muncească. Problema dispăruse dintr-o dată.

Dar bărbatului i s-a făcut ruşine, deoarece conflictul venea dintr-o mare greşeală a lui, de fapt el însuşi fusese de vină. Nu a mai vrut să vorbească. Se simţea foarte prost. Psihologul i-a spus că i se putea întâmpla oricui şi a început să vorbească despre noua lui muncă, despre studiile lui, despre faptul de a privi înainte spre un scop nou.

Rezultat: Este foarte important să se comunice cu oamenii despre problemele lor şi să se explice toate detaliile. Clienţii noştri pot face unele greşeli. Uneori cei aflaţi sub *stress* nu mai sunt capabili să îşi dea seama de situaţia reală. Trebuie să încercăm să îi înţelegem.

Când omul şi-a dat seama de greşeală sa, s-a simţit ruşinat. Psihologul i-a spus în acest caz că i se putea întâmpla oricui şi a încercat să îl ajute - a vorbit cu el despre noul loc de muncă etc. Problema a fost rezolvată foarte rapid.

Cred că un consilier trebuie să fie răbdător şi capabil de empatie.

**Incident Critic - CZ 4**

Acest caz a apărut anul trecut la Centrul de Informare şi Consiliere de la Centrul Locurilor de Muncă.

Un tată a venit la Centrul de Consiliere cu fiica lui, o elevă în clasa a şaptea. El voia ca fiica lui să studieze la o şcoală bilingvă franceză. Această şcoală este foarte grea şi exigentă. Dar tatăl avea o firmă ce coopera cu Franţa şi ideea lui era să o angajeze după încheierea studiilor pe fiica lui în această firmă pentru a încheia contracte cu Franţa. Exista, însă, o mare problemă. Fata nu voia aceasta, deoarece îi era teamă de şcoală şi de examenul de admitere. Se temea că nu este dotată pentru studierea limbilor străine.

În timpul interviului, consilierul i-a oferit să facă teste cu privire la interese. Aşa că a făcut aceste teste. Rezultatul - performanţa fetei a fost mediocră, stresul timpului avea o influenţă negativă asupra ei, ceea ce înseamnă că fata avea o rată de eroare destul de ridicată. Psihologul i-a recomandat, conform intereselor ei, o orientare economică. Psihologul a aflat din interviu că tatăl fusese foarte strict cu ea şi că făcuse presiuni orientând-o pentru înaltă performanţă, că ea trebuia să studieze cel puţin două ore în fiecare zi. Ea învăţa două ore într-adevăr, dar notele ei nu corespundeau acestui fapt.

Fata era mulţumită de rezultatele testului, dar tatăl nu. În ciuda acestui lucru, ea era dornic să îl mulţumească pe tatăl ei şi să meargă la şcoala dorită de acesta. Ea era timidă şi nehotărâtă, poate copilăroasă.

Psihologul l-a chemat pe tată şi i-a spus care era concluzia. Tatăl a fost foarte furios şi a spus că nu se poate mulţumi cu asta. A spus că fata era foarte tânără şi a putut face nişte greşeli, iar concluzia nu putea să fie cea corectă. El a luat legătura cu alt psiholog, dar rezultatele au fost aceleaşi.

Rezultat: Noi putem sfătui, recomanda, dar clientul este cel care trebuie să ia hotărârea. În acest caz fiica nu se putea hotărî, întrucât tatăl nu-i permitea. Tatăl se comporta la fel în multe situații similare.

## 3.5. Polonia

### Incident Critic - PL 1

**1. Descrierea unei situații relevante de consiliere pe care ați trăit-o:**

**a) Cum a apărut această situație?**

Într-o zi, tatăl lui Jurij a vizitat Oficiul Forțelor de Muncă din Biala Podlaska. Acest bărbat, după invitația obținută de la comunitatea poloneză, a hotărât să se mute împreună cu toată familia din Kazahstan în Polonia, ca repatriați. Legea poloneză cu privire la repatriați oferă această posibilitate, dar mai întâi autoritățile locale trebuie să le ofere acestor familii condiții corespunzătoare de muncă și locuit. Repatriații adulți trebuie să meargă la Oficiul Forțelor de Muncă și apoi să întâlnească un consilier profesional. Consilierul face o expertiză și ajută la găsirea unui loc de muncă.

b) **Unde s-a întâmplat (loc, moment, mediu)?**

Oficiul Forțelor de Muncă din Biala Podlaska, iunie 2001.

**c) Ce persoane au fost implicate?**

Tatăl lui Jurij, consilierul său profesional, un alt angajat.

**d) Care a fost conținutul exact și desfășurarea evenimentelor?**

Tatăl lui Jurij era persoana angajată în contactele cu birourile poloneze. El este, de asemenea, acela care a aranjat întâlnirea cu consilierul vocațional. Apoi a vorbit cu angajatorul care voia să îl angajeze pe Jurij ca ajutor în fabrica lui. Este știut că fiecare angajator care decide să angajeze un repatriat poate obține rambursarea salariului pentru a o anumită perioadă.

În timpul întâlnirii cu consilierul profesional, Jurij era foarte nervos și nu voia să răspundă întrebărilor despre interesele sale și despre viața sa privată. Îl trata pe consilier ca pe un funcționar, o persoană în care nu poți avea încredere.

**2. Ce părți cu origini etnice / culturale / din țări diferite au fost implicate în consultare și care a fost relația lor cu celelalte persoane?**

Vezi 1.a.

BCU ALEXANDRU IOAN CUZA UNIVERSITY LIBRARY

**3. Descrieți în detaliu cum a tratat consilierul situația sau cum a reacționat.**

Consilierul a încercat să stabilească o relație cu Jurij, l-a întrebat despre interesele, experiențele școlare, *hobby*-uri, dar Jurij nu voia să spună nimic. Apoi consilierul i-a prezentat mai multe posibilități și a propus câteva tipuri de formare (Jurij avea sub 18 ani). Băiatul nu părea interesat de așa ceva, el voia doar să muncească. Spunea că are nevoie cu adevărat de acest loc de muncă și că s-a hotărât să rămână în Polonia deoarece este un loc de viață mai bun decât în Kazahstan.

**4. Ce probleme relevante, dificultăți sau alte aspecte speciale ar trebui remarcate?**

Este bine de spus că Jurij era așa de nemulțumit și suspicios pentru că era de părere că orice consilier reprezintă, în primul rând, interesele biroului și nu pe ale clientului. Al doilea lucru important erau dificultățile de exprimare. Jurij știa poloneză, dar vocabularul său era foarte simplu, multe cuvinte și propoziții erau neinteligibile pentru el. Tatăl, care cunoștea realitatea poloneză și limba mult mai bine decât fiul său, era un îndrumător și o autoritate pentru el.

**5. a) Cum a tratat consilierul punctul 4?**

**b) Cum ar fi trebuit să se comporte consilierul?**

Consilierul a încercat să îi dea clientului toate informațiile necesare privitoare la viitoarea sa carieră profesională, surse de informație și, de asemenea, nume de persoane și instituții din Polonia care i-ar fi putut fi utile.

**6. Care a fost rezultatul consilierii? Ce aspecte au rămas nerezolvate?**

Jurij nu și-a schimbat hotărârea. A început să muncească imediat ce a ajuns la vârsta cerută. Nici măcar nu și-a oferit șansa de a afla, cu ajutorul unui specialist, care îi sunt abilitățile și interesele. Nu era interesat de informații despre piața muncii din Polonia, pe care le-ar fi putut primi de la Oficiul Forțelor de Muncă. Poate că era prea tânăr și diferențele interculturale dintre condițiile sale de viață din Polonia și din Kazahstan erau prea serioase, încât probabil nu se putea adapta la noua situație așa de repede.

**Incident Critic - PL 2**

**1. Descrierea unei situații relevante de consiliere pe care ați trăit-o:**

**a) Cum a apărut această situație?**

Totul a început cu o convorbire telefonică în Centrul de Informare și Planificarea Carierei Profesionale din Olsztny. O femeie de vârstă medie cu accent estic dorea să aranjeze o întâlnire cu un consilier profesional.

**b) Unde s-a întâmplat (loc, moment, mediu)?**

Întâlnirea a avut loc în "camera de întâlniri" din Centrul de Informare și Planificarea Carierei Profesionale din Olsztny, în toamna anului 2001.

**c) Ce persoane au fost implicate?**

Jadwiga, funcționar la biroul forței de muncă, angajați, consilier vocațional.

**d) Care a fost conținutul exact și desfășurarea evenimentelor?**

În timpul întâlnirii cu consilierul profesional, Jadwiga a explicat că este născută la Vilnius, dar este poloneză din Lituania și are locuință și permis de muncă în Polonia. Caută să se angajeze pe un post de contabil, dar nu găsește nimic. Consideră că angajatorii polonezi au prejudecăți față de ea deoarece vine din Europa de Est. A mai spus că are 45 de ani, a absolvit o instituție superioară de studii economice, specialitatea contabilitate și a lucrat în post de contabil în Lituania mai mult de 10 ani. Vorbește poloneză, lituaniană, rusă și engleză. De asemenea, are cunoștințe bune de informatică. Poate obține cetățenia poloneză, dar nu este interesată din cauza pensiei pe care ar putea-o pierde în Lituania.

**2. Ce părți cu origini etnice / culturale / din țări diferite au fost implicate în consultare și care a fost relația lor cu celelalte persoane?**

Vezi 1.c.

**3. Descrieți în detaliu cum a tratat consilierul situația sau cum a reacționat.**

Consilierul profesional a încercat să adune cât mai multe informații cu putință despre client, a fost atent la felul în care arăta clientul și a propus niște înregistrări video despre autoprezentare și interviuri cu angajatorii. Consilierul a sugerat, de asemenea, participarea la o formare profesională de grup pregătită pentru șomeri și la formare profesională pentru lucrul pe calculator (la un nivel superior). Soluția ar putea fi cetățenia poloneză.

**4. Ce probleme relevante, dificultăți sau alte aspecte speciale ar trebui remarcate?**

Câteva elemente cheie cu privire la situația Jadwigăi:

- Vârsta (subiectul se află într-un grup de risc).
- Lipsa cetățeniei poloneze.
- Comportamentul ei, pretențios și afectat.
- Felul în care arată, total diferit de standardele poloneze ale instituțiilor care angajează persoane cu studii superioare: cu basma pe cap, cu gulerul și pantofii murdari.

**5. a) Cum a tratat consilierul punctul 4?**

**b) Cum ar fi trebuit să se comporte consilierul?**

Vezi 3.

**6. Care a fost rezultatul consilierii? Ce aspecte au rămas nerezolvate?**

Jadwiga și-a terminat formarea și a găsit un nou loc de muncă în Polonia. Însă a rămas ca ea însăși să își schimbe înfățișarea.

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Incident Critic - PL 3**

**1. Descrierea unei situații relevante de consiliere pe care ați trăit-o:**

**a) Cum a apărut această situație?**

Situația a apărut la Centrul de Informare și Planificarea Carierei Profesionale din Gdansk: O femeie (poloneză) a dat telefon la Centru și i-a cerut unui consilier pe care îl știa deja să îl ajute pe soțul ei, Abdul, kurd din Siria. În timpul convorbirii, soția lui Abdul a explicat situația - problema era pregătirea unui CV și a scrisorii de motivație. Poate că dorea să pregătească ea însăși aceste documente.

**b) Unde a avut loc? (loc, moment, mediu)**

Vizita a avut loc la Centrul de Informare și Planificarea Carierei Profesionale din Gdansk în toamna anului 1999.

**c) Ce persoane au fost implicate?**

Abdul, soția sa, consilierul profesional.

**d) Care a fost conținutul exact și desfășurarea evenimentelor?**

În timpul întâlnirii au fost menționate mai multe elemente cheie:

- Abdul trăiește în Polonia de la vârsta de 19 ani și are cetățenie poloneză.
- Este absolvent de științe politice la Universitatea din Gdansk și a început studiile de doctorat.
- A căutat de lucru imediat după terminarea studiilor de master, dar nu a găsit nimic. Are amintiri neplăcute de la interviurile cu angajatorii polonezi.
- După părerea sa, orice străin care caută o slujbă în Polonia are nevoie de calificative mai bune decât candidații polonezi. După părerea sa, polonezii sunt intoleranți și chiar rasiști.
- Abdul nu era interesat de munca fizică și nici de marketing.
- Visul lui era de a fi cercetător științific și de aceea și-a început studiile de doctorat.
- Soția lui Abdul a fost foarte activă în tot acest timp și l-a ajutat la pregătirea tezei finale. Ea era "promotorul" și sfătuitorul lui personal.
- Pentru Abdul era foarte greu să deprindă un alt rol masculin decât cel din propria sa cultură.

**2. Ce părți cu origini etnice / culturale / din țări diferite au fost implicate în consultare și care a fost relația lor cu celelalte persoane?**

Vezi 1.c.



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**3. Descrieți în detaliu cum a tratat consilierul situația, sau cum a reacționat.**

Consilierul profesional a propus formarea în tehnici de căutare a unui loc de muncă, dar Abdul nu era interesat. După părerea sa, o asemenea activitate nu își afla rostul deoarece toate problemele sale se refereau la originea sa etnică. Astfel, consilierul i-a dat clientului informații cu privire la pregătirea CV-ului și a scrisorii de motivare și cu privire la atenția ce trebuie acordată intereselor personale și interne în timpul interviului cu angajatorul.

**4. Ce probleme relevante, dificultăți sau alte aspecte speciale ar trebui remarcate?**

În această situație au fost menționate unele elemente cheie:

- Situația psihologică a clientului era foarte complicată, terapia individuală sau de grup putea fi o soluție bună pentru el.
- Dispoziția clientului față de viitoarea slujbă era destul de limitată.
- Abdul nu era interesat de a afla lucruri noi cu privire la tehnicile de căutare a unui loc de muncă, autoprezentare și metode de a reduce stresul.

**5. a) Cum a tratat consilierul punctul 4?**

**b) Cum ar fi trebuit să se comporte consilierul?**

Consilierul profesional a folosit metode de consiliere pentru a-și susține clientul și a încercat să îi explice situația de pe piața națională a forței de muncă (inclusiv în regiunea orașului Gdansk). De asemenea, a propus formarea în grup cu privire la metodele de căutare a unui loc de muncă.

**6. Care a fost rezultatul consilierii? Ce aspecte au rămas nerezolvate?**

Consilierul profesional nu i-a schimbat clientului modul de a gândi, convingerile și comportamentul. Dar după ce și-a terminat doctoratul, Abdul și-a găsit de lucru. El lucrează ca profesor la o universitate din nordul Poloniei. Consideră că munca sa este foarte interesantă, lucrează cu studenții, este o persoană mai activă și mai independentă.

## Incident Critic - PL 4

**1. Descrierea unei situații relevante de consiliere pe care ați trăit-o:**

**a) Cum a apărut această situație?**

Într-o zi, Vladimir a venit la Biroul Forțelor de Muncă din Varșovia. Avea un permis de muncă în Polonia, dar nu putea găsi de lucru. Biroul Forțelor de Muncă i-a aranjat o întâlnire cu consilierul profesional pentru a-l ajuta pe Vladimir.

**b) Unde a avut loc? (loc, moment, mediu)**

Întâlnirea a avut loc la Biroul Forțelor de Muncă din Varșovia, în primăvara anului 2002.

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**c) Ce persoane au fost implicate?**

Vladimir, consilierul profesional, un funcționar al Biroului Forțelor de Muncă.

**d) Care a fost conținutul exact și desfășurarea evenimentelor?**

Vladimir venise în Polonia din Ucraina în 2001. El terminase studiile liceale, dar nu avea experiență profesională. La începutul ședерii sale în Polonia a încercat să se ocupe de comerț. Prietenii lui polonezi l-au ajutat să obțină permisul de muncă și i-au dat de lucru ca muncitor în construcții. Ultimul angajator l-a dat afară pentru că, în opinia lui, Vladimir nu știa decât să sape pământul.

**2. Ce părți cu origini etnice / culturale / din țări diferite au fost implicate în consultare și care a fost relația lor cu celelalte persoane?**

Vladimir, angajatori polonezi, prietenii lui Vladimir, consilierul profesional.

**3. Descrieți în detaliu cum a tratat consilierul situația sau cum a reacționat.**

Consilierul profesional a aflat că Vladimir vrea să lucreze în construcții în Polonia, dar că i se pare tot mai greu să găsească pe cineva care să îl angajeze. Consilierul i-a propus formarea tehnică în operații de construcții și practica în acest domeniu și el a acceptat.

**4. Ce probleme relevante, dificultăți sau alte aspecte speciale ar trebui remarcate?**

În timpul întâlnirii, consilierul a menționat că Vladimir nu avea destule cunoștințe despre tehnologiile moderne. Nu știa nimic despre tencuit și noile materiale de construcții. El nu vorbea fluent poloneza și nu cunoștea vocabularul specific din construcții, dar era hotărât să înceapă să se pregătească.

**5. a) Cum a tratat consilierul punctul 4?**

**b) Cum ar fi trebuit să se comporte consilierul?**

Consilierul nu avea nici o îndoială despre cum trebuie să își ajute clientul și ce soluție este cea mai bună. El a propus formarea în domeniul tehnic.

**6. Care a fost rezultatul consilierii? Ce aspecte au rămas nerezolvate?**

Vladimir a terminat formarea și a devenit un muncitor mai competitiv. Avea cu adevărat o motivație puternică, noi cunoștințe și așteptări mai mici decât muncitorii polonezi cu privire la salariu.

## Incident Critic - PL 5

**1. Descrierea unei situații relevante de consiliere pe care ați trăit-o:**

**a) Cum a apărut această situație?**

Mohamed a sunat la Centrul de Informare și Planificarea Carierei Profesionale din Varșovia și a cerut o întâlnire cu consilierul.



BCU IAȘI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**b) Unde s-a întâmplat (loc, moment, mediu)?**

Întâlnirea a avut loc în Centrul de Informare şi Planificarea Carierei Profesionale din Varşovia în vara anului 2002.

**c) Ce persoane au fost implicate?**

Mohamed a venit în Polonia pentru studii medicale. Le-a încheiat în 1998 şi şi-a început specializarea în domeniul pediatric. În timpul studiilor a luat decizia de a rămâne în Polonia. S-a căsătorit cu o fată etiopiană care lucra la Ambasada Etiopiei şi curând a devenit tată. În timpul întâlnirii cu consilierul, Mohamed a spus că nu îşi poate găsi de lucru. De asemenea, avusese experienţe neplăcute cu pacienţii polonezi.

**d) Care a fost conţinutul exact şi desfăşurarea evenimentelor?**

**2. Ce părţi cu origini etnice / culturale / din ţări diferite au fost implicate în consultare şi care a fost relaţia lor cu celelalte persoane?**

În timpul întâlnirii, consilierul a menţionat că Mohamed se înţelege foarte bine cu micii săi pacienţi (copiii), dar nu şi cu părinţii lor, în special mamele. Ca pediatru a avut şi va avea mult de-a face cu mamele şi de aceea acest aspect este foarte important pentru cariera lui viitoare.

**3. Descrieţi în detaliu cum a tratat consilierul situaţia, sau cum a reacţionat.**

Consilierul a propus formarea sa în comunicare (pentru a-şi îmbunătăţi contactele cu adulţii) şi, de asemenea, formarea sa în ceea ce priveşte abilităţile lingvistice (pentru a-şi îmbunătăţi contactele cu toţi pacienţii).

**4. Ce probleme relevante, dificultăţi sau alte aspecte speciale ar trebui remarcate?**

Mohamed nu se simţea străin în grupul său de prieteni şi în familie. Situaţia s-a schimbat când s-a hotărât să înceapă munca de pediatru. El era foarte hotărât şi doreşte cu adevărat să muncească în Polonia.

**5. a) Cum a tratat consilierul punctul 4?**

**b) Cum ar fi trebuit să se comporte consilierul?**

Consilierul l-a ajutat mult pe Mohamed, toate sfaturile au fost precise şi eficiente.

**6. Care a fost rezultatul consilierii? Ce aspecte au rămas nerezolvate?**

Mohamed a hotărât să înceapă studiile de doctorat şi după câteva luni şi-a găsit un post într-un spital. El este foarte activ şi se simte fericit.

BCU IAŞI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

# 4. BUNE PRACTICI ÎN CONSILIEREA PRIN TELEFON

## I. Formular de raportare cu privire la consilierea prin telefon

Solicitant Nr. ..... Data: ..... De la ora ..... până la .....

SOLICITANT: Nume şi prenume: ..... Vârstă: .....

Etapa în viaţă:..... Gen: .....

Prima propoziţie a solicitantului: .....

.....

Solicitarea şi situaţia solicitantului: .....

.....

Procesul convorbirii: .....

.....

Încheierea conversaţiei (acord final): .....

.....

Relaţia:

- Ce ar trebui să reprezinte consilierul pentru solicitant (normativ)? .....

.....

- Ce anume doreşte consilierul să reprezinte pentru solicitant? .....

.....

BCU IAȘI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Ce tip de relație se stabilește între solicitant și consilier? .....

.....

Când mă gândesc la conversație încă o dată - despre ce anume doresc să discut acum?

.....

Cum mă simt? .....

Sugestii pentru interacțiunea cu solicitantul: .....

.....

Convorbirea reprezintă un subiect de interes pentru supervizor? .....

.....

*Sursa: Telefonseelsorge Vorarlberg, Austria*

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## II. Informații despre client

| | |
|---|---|
| Nume și prenume | |
| Adresă | |
| Studii | |
| Ocupație | |
| Contact (telefon, mobil, *e-mail*) | |
| Număr de solicitări | *Primul, al doilea, al treilea, al patrulea contact* |
| Cerință | |
| Recomandări | |
| Note | |
| Semnătura consilierului | |
| Data | |

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

### III. Fişa convorbirii telefonice

Domnul/Doamna _____ Dată: _____

Instituţia: _____ Oră: _____

_____ Tel. Nr.: _____

_____ Fax Nr.: _____

_____ _____

Cu ce vă pot ajuta? _____

Doriţi să vă fac o informare scrisă? _____

_____

○ Este de dorit un nou apel ○ Solicitantul apelează din nou

Când anume aş putea să vă mai contactez telefonic?

Data: _____ Ora: _____

*Sursa: BIFO Berufs- und Bildungsinformation Vorarlberg, Austria*

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## IV. Înregistrarea apelurilor

1. Număr de înregistrare a apelului: .....
2. Număr de înregistrare consilier: .....
3. Data apelului (an, lună, zi, oră): .....
4. Durata apelului (minute): .....
5. Tipul apelului: Nou ..... Revenire .....
6. Genul clientului: Feminin ..... Masculin .....
7. Vârsta clientului: categorii de vârstă:
   - Sub 14 ☐
   - Între 14 şi 18 ☐
   - Între 19 şi 25 ☐
   - Între 26 şi 35 ☐
   - Între 36 şi 45 ☐
   - Între 45 şi 62 ☐
   - Peste 62 ☐
8. *Status*-ul clientului: categorii din punct de vedere statistic:
   - Şomer ☐
   - Elevi şi studenţi în:
     - şcoli generale (clasele I-VIII) ☐
     - licee (clasele IX-XII) ☐
     - universităţi şi colegii ☐
     - participanţi la educaţia adulţilor ☐
   - Angajaţi:
     - Angajaţi ☐
     - Profesori / instructori ☐
     - Părinţi ☐

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

9. Solicitarea clientului / tip de solicitare: .....

.....

10. Sugestii: .....

.....

*Sursa: NRCVG Ungaria*

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

B.C.U. „M. EMINESCU" IAŞI

## V. Fişa consilierii prin telefon

1. Nume şi prenume .....
2. Adresă .....
3. Număr de telefon .....
4. Studii:
   - ❑ Şcoală primară
   - ❑ Gimnaziu
   - ❑ Şcoală de arte şi meserii
   - ❑ Liceu
   - ❑ Şcoală postliceală
   - ❑ Studii superioare (cu diplomă de licenţă)
   - ❑ Diplomă de masterat
   - ❑ Studii de doctorat
5. Ocupaţie / profesie .....
6. Loc de muncă în prezent .....
7. Calificări suplimentare:
   - ❑ Cursuri (care?) .....
   - ❑ Certificate (care?) .....
   - ❑ Permis de conducere (care categorie?) .....
   - ❑ Altele (care?) .....
8. Experienţă de muncă .....
9. Competenţe .....
10. Pasiuni / *hobby*-uri .....
11. Întrebări ale clientului (care?) .....
12. Activităţi declarate (ce?) .....

*Oficiul Local de Muncă din Przasnysz, Polonia*

BCU IAŞI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## VI. Niveluri de conversație unde se rezolvă problemele și conflictele

**Contactare:**

Salutați-vă reciproc. Intrați în contact cu persoana, fiți amabil.

Încercați să cunoașteți situația. Examinați atmosfera.

Asigurați-vă că ați intrat în contact (3/4 din timpul convorbirii).

**Rezumați solicitarea / solicitările:**

Interlocutorul poate avea mai multe solicitări.

**Clarificarea solicitărilor:**

Ce anume așteaptă solicitantul de la consilier? (doar ascultarea solicitărilor sale, informații, structuri etc.)

**Decizii:**

Care solicitări pot fi abordate în această convorbire?

**Identificarea problemelor:**

Care este înțelesul solicitării în situația de viață actuală a interlocutorului, în contextul situației sale familiale, sociale, materiale și de la locul de muncă?

**Sarcini orientate către soluții:**

Ce soluții au fost încercate până la acest moment?

Care dintre ele a avut cele mai bune rezultate?

Care sunt alternativele?

Care sunt resursele existente?

Cum este reprezentată susținerea prezentă?

**Încheierea conversației:**

Reafirmarea posibilităților de rezolvare convenite.

Discutarea primului pas (acolo unde este ceva de îndeplinit).

**Rămas bun.**

*Sursa: Telefonseelsorge Vorarlberg, Austria*



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## VII. Modul conversațional

| | |
|---|---|
| **Începutul conversației:** | Până la stabilirea unui contact ferm, eu sunt ascultătorul şi partenerul care încurajează, confirmă, traduce şi reacționează la sentimentele celuilalt. Nu-l judec nicidecum pe celălalt! |
| **Clarificarea problemei:** | Când se ajunge la o bună atmosferă în conversație, trebuie clarificată problema sau solicitarea. Judecățile de valoare sau opiniile ascultătorului vor interfera cu procedura de soluționare. |
| **Clarificarea** | Aceasta poate fi făcută înainte de soluționarea problemei. |
| **scopului conversației:** | Este important să fie identificat scopul (realist şi adaptat). De exemplu: Ce anume aşteaptă celălalt de la mine? Actualmente, care este întrebarea lui cea mai presantă? De ce anume îi este într-adevăr frică? Care ar putea fi următorul pas? |
| **Convorbiri personale** | Numai când problemele şi scopurile au fost clarificate, pot fi |
| **cu privire la problema** | aduse în discuție părerile personale şi judecățile de valoare. |
| **în cauză:** | Cu toate acestea, scopul discuției este ca solicitantul să ajungă la propria soluție de abordare. Nu uitați să fiți atenți la abordarea dumneavoastră, precum şi la sentimentele şi starea emoțională a celuilalt! |
| **Încheierea conversației:** | Rezumați rezultatele. |
| | Întrebați despre impresia asupra conversației. |
| **Întrebați cu privire la următorul pas.** | |
| | Luați-vă rămas bun. |

*Sursa: Telefonseelsorge Vorarlberg, Austria*

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## VIII. Bune practici în consilierea prin telefon

1. **Pregătirea documentelor (CV şi scrisoare de intenţie):** Clientul a fost interesat în identificarea informaţiilor cu privire la câteva dintre regulile de pregătire a documentelor solicitate de către angajator (CV şi scrisoare de intenţie). În timpul convorbirii telefonice, clientul primeşte toate informaţiile necesare - despre conţinutul documentelor, prezentare, termenii şi frazeologia recomandată etc.
2. **Verificarea documentelor:** O tânără mamă cu doi copii mici a solicitat verificarea unor documente pe care le-a trimis prin fax. Toate documentele au fost verificate, corectate şi trimise înapoi către client. Ulterior, în timpul convorbirii telefonice, consilierul a explicat greşelile survenite. La o dată ulterioară, acelaşi client pune întrebări cu privire la pregătirea primului interviu. Consilierul va furniza toate informaţiile necesare, inclusiv câteva detaliile cu privire la comunicarea nonverbală (limbajul corpului).
3. **Pregătirea pentru interviu:** Tânăra femeie a fost invitată de către angajator la sediul firmei pentru un interviu. De aceea, ea a dorit să ştie cum să răspundă la întrebările cu privire la viitoarea remuneraţie. În timpul convorbirii telefonice, consilierul i-a dat câteva exemple de răspunsuri posibile.
4. **Formare şi cursuri de instruire:** Un tânăr a solicitat câteva informaţii cu privire la instruirea în domeniul TIC, fiind interesat în soluţii cu o valoare financiară mică. În timpul convorbirii telefonice consilierul i-a furnizat toate informaţiile necesare. Câteva zile mai târziu, clientul a revenit la telefon şi l-a informat pe consilier despre acţiunile sale.
5. **Informaţii cu privire la ocupaţii:** Clientul a fost interesat de informaţii cu privire la activitatea de agent bursier, mai ales detalii despre studii, cerinţe de ordin psihologic, remuneraţie etc. În timpul convorbirii telefonice, consilierul a răspuns la întrebările acestuia, utilizând informaţiile incluse în "Ghidul ocupaţional".
6. **Contract:** Clientul a solicitat câteva explicaţii cu privire la diferenţa dintre un contract permanent şi unul pe durată determinată. Explicaţiile primite din partea consilierului prin intermediul telefonului l-au ajutat să ia o decizie. Câteva zile mai târziu a revenit telefonic şi a mulţumit pentru ajutorul primit.

*Sursa: NRCVG Polonia; Centrul de Informare şi Planificarea Carierei Profesionale din Poznan*

## IX. Bune practici în consilierea prin telefon

**Date tehnice:**

- Este recomandabilă utilizarea unui aparat telefonic fără fir, deoarece disponibilitatea de mişcare a consilierului va creşte în acest caz.
- Este bine să lăsaţi telefonul să sune de 2-3 ori înainte de a ridica receptorul.
- Consilierul nu ar trebui să răspundă la telefon în timp ce se deplasează, cum ar fi, de exemplu, în timp ce urcă scările.

**Protecţia consilierului:**

- Vezi Codul etic.
- Pentru mediul compozit al consilierului este foarte important mediul fizic (aspectul plăcut al biroului în care lucrează, o priveliştе frumoasă etc.); mediul psihic şi social trebuie să apară ca suport relaţional, echipa trebuie să fie capabilă să aprecieze eforturile depuse de către consilier şi să fie capabilă să accepte caracterul diferit al consilierii la distanţă.
- Este adecvat ca echipa să desfăşoare întâlniri, sesiuni de supervizare, precum şi să utilizeze metode moderne de activitate.
- Este necesară prevenirea sindromului de epuizare, prin introducerea diferitelor forme de relaxare, atât în timpul, cât şi după orele de program.
- Consilierul ar trebui să aibă în vedere sănătatea sa psihică: sunt de dorit eliminarea emoţiilor şi sentimentelor apăsătoare, un duş, exerciţii de relaxare.
- Este importantă conştientizarea faptului că răspunderea pentru client nu intră în sarcina consilierului.
- Este bine să fim aşezaţi confortabil în timpul convorbirii cu clientul, iar în cazul unei convorbiri dificile este şi mai importat să fim aşezaţi ferm pe scaun, percepându-l pe acesta ca suport.
- În timpul convorbirii telefonice, consilierul se concentrează doar la convorbirea cu clientul. Consilierul nu trebuie să efectueze alte activităţi (să scrie, să-şi prepare cafeaua), deoarece aceasta îi va diminua puterea de concentrare, clientul va recunoaşte asta din tonul vocii, ceea ce va avea un impact negativ asupra clientului (atmosfera de siguranţă este pusă la îndoială).
- Este de dorit să avem la îndemână numere de telefon şi alte date de contact utile.
- Este bine să admitem că nu deţinem unele informaţii, dar putem oferi posibilitatea de a le obţine ulterior, într-un viitor apel telefonic.

BCU "MIHAIL EMINESCU" UNIVERSITY LIBRARY

**Siguranța și protecția clientului:**

- Vezi Codul etic.
- Clientul trebuie să perceapă consilierul ca fiind la dispoziția lui.
- Consilierul trebuie să creeze o atmosferă pozitivă și de acceptare, un mediu de încredere (prin mijloace paralingvistice): să respire adânc înainte de ridicarea receptorului (este posibil să apară o convorbire "dificilă"), deoarece astfel vocea consilierului este mai calmă, mai echilibrată și inspiră mai multă siguranță.
- Este bine să adoptăm un format unitar de întâmpinare și de introducere a consilierilor.
- Trimiterea: este bine să discutăm despre cazuri, în situația în care clientul apelează la consilier în repetate rânduri, pentru o eventuală trimitere la un alt consilier.
- Scopul consilierii prin telefon nu este acela de a "lega" clientul de un anumit consilier. Este recomandabilă o înțelegere între colegi cu privire la anonimatul consilierilor.
- Este de dorit stabilirea și menținerea unor granițe ferme între client și consilier.
- Menținerea anonimatului clientului îl ajută pe acesta să se simtă în siguranță, prin urmare, consilierul nu pune întrebări clientului cu privire la nume, adresă sau alte date similare.

**Înțelegerea problemei clientului:**

- Ascultarea activă, adoptarea ritmului și limbajului clientului. Consilierul trebuie să evite luarea inițiativei sau să acționeze în locul clientului (deși uneori acest lucru este necesar).
- Structurarea problemei: consilierul trebuie să ajute clientul să-și clarifice problema. Scopul este ca clientul să-și înțeleagă mai bine problema în cauză. Un mod de a atinge acest scop poate fi efectuat oferind mai multe opțiuni și oportunități clientului.

**Limite fizice:**

- Este importantă trasarea unor granițe și limite clare la birou, care trebuie menținute atât pentru binele clientului, cât și pentru consilier.
- Este, de asemenea, necesară stabilirea unor limite de timp; interviul de consiliere nu trebuie să depășească o anume perioadă de timp (dar există și excepții), precum și limite cu privire la temele și subiectele care pot fi discutate (unele dintre subiecte pot fi soluționate, de exemplu, cu ajutorul altor linii telefonice de tip "*help line*").

*Sursa: Sylva Stepitova, Uherske Hradiste, Cehia*
*Comentarii de Anna Bucic, NRCVG Slovacia*



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## X. Bune practici în consilierea prin telefon

Consilierea prin telefon este materializată în Ungaria mai ales prin linii telefonice de tip "*help line*" pentru cazuri urgente. Pe viitor, pentru a furniza servicii de consiliere prin telefon în cadrul Serviciului de Stat pentru Locuri de Muncă, vor fi înfiinţate puncte de informare. Planurile noastre de viitor se bazează pe experienţa obţinută în cadrul liniilor telefonice de tip "*help line*" în cazuri de urgenţă şi pe dezvoltarea viitoare a sistemului de consiliere prin telefon.

**Acces:**

- În Ungaria există 36 linii telefonice de tip "*help line*" pentru cazuri urgente, din care 8 linii telefonice funcţionează non-stop. Celelalte 28 de linii telefonice funcţionează 12 ore pe zi sau mai puţin. Consilierea prin Serviciului de Stat pentru Locuri de Muncă este planificată să funcţioneze între 8 a.m. şi 4 p.m., cu program întreg în acest interval sau cu program cu timp de lucru parţial. Suntem conştienţi că putem avea clienţi (din cadrul grupurilor ţintă) care nu pot apela la noi din cauza orelor de program, din motive diferite (de exemplu, sunt la muncă sau la şcoală); cu toate acestea, datorită introducerii activităţii de consiliere continue sau în schimburi, accesul va deveni rezonabil.
- Având în vedere acest fapt, serviciul va fi disponibil cu timp de lucru parţial, accesul continuu va fi asigurat prin furnizarea informaţiilor de bază cu privire la acest serviciu. Credem că un răspuns nesatisfăcător sau un robot telefonic va nemulţumi clienţii. În cazul în care serviciul este în afara orelor de program, se va auzi un mesaj prietenos şi clar cu privire la informaţiile de bază. În cazul în care va creşte numărul de apeluri şi consilierii noştri nu vor putea răspunde cu promptitudine, va trebui să înregistrăm un nou mesaj pentru a-i convinge pe clienţi să rămână pe fir, iar operatorii vor răspunde la apel cât mai repede posibil.
- Va fi necesar să facem acest serviciu telefonic disponibil printr-o linie telefonică gratuită pentru clienţi.

**Publicitate şi clienţi:**

- Înainte de a face public acest serviciu, pentru a ne forma personalul, trebuie să luăm în considerare un număr estimativ de clienţi. Bineînţeles, crearea bazei noastre de personal depinde de factorii umani şi materiali. Credem că în cazul unei singure linii telefonice (un singur birou) avem nevoie de doi operatori (consilieri) care să efectueze această activitate împreună.

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Grupurile noastre ţintă includ o mare varietate de indivizi, cum ar fi: elevi de şcoală primară şi secundară (liceu), studenţi din universităţi şi colegii, participanţi la educaţia adulţilor, persoane aflate la început de carieră, persoane ocupate şi şomeri.

- Presupunem că fiecare a zecea persoană din grupurile ţintă are nevoie de ajutor extern în orientarea carierei. Acest procentaj este valabil şi în cazul consilierii prin telefon. Calculele noastre arată că la 5000 de clienţi pe an, vom avea 20 de apeluri pe zi.

- Conform experienţei cu privire la întâlnirile directe, perioada de timp petrecută cu un singur client este de cel puţin o oră, o oră şi jumătate. Cu ajutorul consilierii prin telefon, factorul de timp va descreşte. Nu am câştigat suficientă experienţă în domeniul consilierii prin telefon, dar pe baza calculelor cu privire la numărul de apeluri, o convorbire nu va trebui să dureze mai mult de 20-25 de minute.

- În presă există zilnic informaţii cu privire la accesarea liniilor telefonice de tip "*help line*" pentru cazuri urgente. Acest serviciu este făcut public, cu regularitate cu ajutorul broşurilor, precum şi o dată pe an de "Ziua naţională a serviciilor telefonice". Vom utiliza, de asemenea, această practică, pentru a face publice serviciile de consiliere prin telefon.

**Principii de operare:**

- Clienţii au nevoie şi sunt îndreptăţiţi să li se acorde toată atenţia de către consilieri! Pentru a se concentra atenţia numai către clienţi este necesară crearea unui loc de muncă plăcut şi confortabil pentru consilieri. Vor avea acces la informaţie rapid şi uşor pentru a întâmpina cerinţele clientului.

  Zgomotul de fond sau alte interferenţe vor fi eliminate. În timpul apelurilor telefonice, nimeni altcineva nu va fi prezent sau nu va intra în încăpere. Clienţii nu vor fi ţinuţi în aşteptare, iar consilierii trebuie să răspundă la apel cât mai repede posibil.

  Putem defini numărul maxim de tonuri de apel în intervalul cărora consilierul trebuie să răspundă (maxim 5 tonuri de apel).

- Nu trebuie să existe clienţi care să nu primească nici un răspuns.

  În cazul în care consilierii nu pot răspunde imediat solicitărilor, trebuie să cadă de acord împreună cu clientul cu privire la următorul pas. În cazul în care răspunsul este amânat, consilierul va satisface solicitarea cât mai curând posibil.

- Fiecare client va primi cel puţin două răspunsuri alternative.

- Va exista o strânsă cooperare între serviciul de consiliere prin telefon şi alte servicii de consiliere.

- Consilierea prin telefon acoperă o gamă largă de servicii din domeniu consilierii, însă cu toate acestea nu se poate substitui consilierii directe, individuale sau de grup.

**Primirea apelurilor telefonice:**

- Salut:

  Convorbirea va începe cu salutul adresat clientului. În introducere vor fi menționate fie numele organizației, fie numele consilierului, fie ambele. Operatorii liniilor telefonice de tip "*help line*" pentru cazuri urgente utilizează numai numele organizației. În cadrul Serviciului de Stat pentru Locuri de Muncă ne asumăm responsabilitatea pentru serviciul de consiliere, de aceea este importantă și introducerea personalizată. Ca propoziție de început putem utiliza întrebarea: "Cu ce vă pot ajuta?"

- Identificarea problemei:

  Deopotrivă în cazurile de consiliere prin telefon sau consiliere față în față este important ca primul pas să fie crearea unei atmosfere de siguranță și încredere pentru client. Deoarece consilierea prin telefon nu conține elemente vizuale, ne vom concentra pe elementele de vorbire și pe înțelegerea problemei în cauză. Trebuie să ascultăm și să înțelegem clientul și, mai mult, să înțelegem mesajul special exprimat într-un anumit fel.

  Deoarece clienții nu ne pot vedea, trebuie să le insuflăm siguranță cu ajutorul vocii și să-i asigurăm că îi ascultăm. Vocea trebuie să fie mai expresivă la telefon decât în întâlnirile directe, față în față. Trebuie să fim atenți la "mimica vocală". Discuțiile la telefon pot fi ușor influențate de ton, articulație, modulație, accentuare, enunțare și viteza cu care vorbim (de exemplu, în cazul în care nu spunem nimic, clientul își pierde concentrarea). Cu ajutorul confirmărilor verbale simple, cum ar fi "da, bineînțeles", putem face interlocutorul să continue dialogul.

  Vorbirea cu voce tare se va materializa pentru client în agresiune, iar rezultatele vor fi angoasă și neîncredere. Vorbirea în ritm rapid va face presiuni asupra interlocutorului și va produce *stress*.

  Pentru o bună comunicare și pentru a face clientul încrezător în tehnicile de consiliere, vor fi utilizate: reflexia, întrebările deschise și rezumarea.

  Ca și în cazul întâlnirilor directe, tăcerea va fi tolerată, dar nu va fi menținută pe o perioadă îndelungată. Este dificil de definit durata unei "tăceri apăsătoare" în secunde, cu toate acestea "mesajul" tăcerii este important. Având în vedere acest mesaj, va fi utilizată metoda de intervenție corespunzătoare.

  În cazul în care credem că interlocutorul nu mai continuă, putem întreba la ce se gândește. În cazul în care clientul pare să-și fi pierdut concentrarea, îl putem aduce înapoi la subiect, printr-un scurt comentariu: "Ați menționat mai devreme



BCU MOLDOVA UNIVERSITY LIBRARY

că...". Un apel telefonic care începe cu o tăcere vine din partea unei persoane care are probleme în a discuta cu persoane necunoscute. În acest caz are nevoie de încurajare şi aprobare. Dacă tăcerea continuă, putem invita clientul să revină la un moment ulterior, în care va fi pregătit să discute.

În cazul în care nu poate vedea sau contura problema clar, iar consilierul nu este conştient de adevărata problemă, aceasta nu va putea fi soluţionată. Vom stabili de comun acord cu clientul (contract de consiliere) şi apoi vom trece mai departe.

- Diagnosticarea problemei:

  În timpul diagnosticării sunt analizate resursele personale şi de mediu, precum şi limitele clientului. Factorul timp este mai limitat în cazul consilierii prin telefon decât în cazul consilierii directe. Acest aspect poate fi rezolvat prin consiliere direcţionată şi prin întrebări ajutătoare. Vor fi puse întrebări deschise, închise succesive şi vor fi evitate întrebările de sugestionare. De asemenea, vor fi evitate interferenţele (cum ar fi confruntarea sau interpretarea) la care clientul nu este deschis sau prin care îşi poate pierde încrederea. În această etapă de consiliere, abilităţile de a clarifica şi de a rezuma au o mare importanţă.

- Acţiune / reacţie:

  În timpul consilierii, răspunsurile prompte repetate nu sunt, de obicei, eficiente. Este de dorit mai degrabă ca înşişi clienţii să găsească o soluţie pentru problemele lor şi nu să urmeze o sugestie oferită. Din acest motiv, consilierii vin în ajutorul clienţilor numai pentru a-i ajuta să se orienteze în decizii de carieră, dar nu trebuie să dea un sfat direct. În cazul consilierii prin telefon, ambii interlocutori sunt mai înclinaţi către încheierea conversaţiei decât în cazul consilierii directe. Suntem obişnuiţi să avem dialoguri mai scurte la telefon, încheind repede convorbirea. Motivul pentru care acţionăm în acest mod nu este numai de ordin financiar, ci vine din obişnuinţă. Consilierii Serviciului de Stat pentru Locuri de Muncă nu aveau dreptul să ofere informaţii prin telefon, ci trebuiau să fixeze întâlniri în acest scop. Această atitudine s-a schimbat. Mai multă informaţie este disponibilă prin *Internet*, însă cu toate acestea consilierea prin telefon rămâne la aceeaşi parametri.

  Deoarece consilierea prin telefon este concentrată pe furnizarea informaţiilor, sunt necesare acele resurse care să ofere informaţii cu promptitudine. Aceste resurse vor fi uşor de găsit. Ca o consecinţă a acestui fapt, o bază de date completă este absolut necesară. În cazul în care consilierii doresc să găsească informaţii cu ajutorul computerului, ei nu trebuie să oprească discuţia, ci să comunice clientului ce anume fac (de exemplu: "O secundă, vă rog, descarc un program"). Consilierii vor transmite clienţilor şi unde anume pot găsi resurse. Astfel, clientul va putea verifica informaţia, iar noi vom evita învinovăţirea pentru alegerile nepotrivite făcute de client. Este de dorit furnizarea unor

alternative pentru a inspira clienţii să coopereze activ şi să-şi consolideze atitudinea de asumare a responsabilităţii pentru deciziile, soluţiile şi destinul lor.

Câteodată nu putem să-i ajutăm direct. Din acest motiv vor fi elaborate grade şi metode de redirecţionare. În cadrul Serviciului de Stat pentru Locuri de Muncă se va stabili o strânsă cooperare cu consilierii de re-orientare profesională, psihologi, consilierii carierei şi consilierii în tehnicile de căutare a unui loc de muncă.

Aceste aspecte vor fi făcute operaţionale împreună cu colegii din alte domenii, care vor opera ca membri ai personalului consilierilor prin telefon şi viceversa. Sunt esenţiale munca în echipă şi supervizarea continuă. Este importantă, de asemenea, stabilirea unui acord de cooperare cu organizaţii externe (de exemplu: linie telefonică de urgenţă etc.). În acest acord vor fi stipulate care dintre cazuri, ce tipuri de probleme şi prin ce metode vor fi redirecţionate apelurile telefonice. Acesta va fi un proces bidirecţional; partenerii vor putea, la rândul lor, să redirecţioneze unii dintre clienţii lor către noi.

În cazul redirecţionării vom utiliza propoziţii pozitive, de tipul:

- "Voi discuta solicitarea dumneavoastră cu colegul meu. Aţi putea, vă rog, să reveniţi în... (ziua şi ora)?"
- "Să fiu sincer, nu cunosc această problemă, dar colegul meu domnul/doamna ... este competent cu privire la..."
- "Aţi dori să apelaţi la un expert în acest domeniu?"
- "Cred că organizaţia... este competentă în acest domeniu. Puteţi, vă rog, forma acest număr de telefon...?"

În cazul în care sunt necesare mai multe apeluri telefonice, este un aspect al unei bune practici pentru consilier să revină el cu un apel telefonic. Este de dorit stabilirea unei date şi ore exacte pentru acest apel. Normal poate să apară riscul solicitanţilor maniaci, care pot contacta mai mulţi consilieri.

Pentru a economisi timp, trebuie stabilit un sistem de rotaţie a consilierilor prin telefon. Va trebui evitată supraîncărcarea şi suprasolicitarea sistemului de rotaţie, astfel încât consilierii să aibă timp şi pentru activităţi suplimentare (colectarea de date, documentare, contactare şi menţinerea contactelor etc.).

- Încheierea convorbirii:

Se pune o întrebare de bază: cât va dura apelul telefonic? Nu este uşor de estimat. În cazul în care apelantul aşteaptă un răspuns concret la o singură întrebare, conversaţia se poate sfârşi în câteva minute. Cu toate acestea, există clienţi care ezită, au diferite angoase, au nevoie de o perioadă de timp mai lungă pentru formularea solicitărilor. În alte cazuri, în spatele unei simple solicitări se ascunde o problemă emoţională sau simpla nevoie a solicitantului de a fi ascultat, iar conversaţia poate dura 20-30 de minute sau mai mult. În cazul unor



BCU "ION CREANGĂ" UNIVERSITY LIBRARY

astfel de clienți, consilierul va utiliza tehnica ascultării active, încurajarea și susținerea. Pentru a evita apelurile care nu se mai sfârșesc, trebuie stabilită o limită clară de timp.

Cu privire la faptul că perioada de maximă concentrare a consilierilor este limitată, convorbirea nu trebuie să depășească 50-60 de minute. Uneori nu este ușor să închei o convorbire telefonică. Consilierul va trebui să ia acest fapt în considerare, întrebând: Mai aveți întrebări? Doriți să încheiem acum convorbirea și să reveniți mai târziu?

- Profilul consilierilor prin telefon:
  - Consilierii vor trebui să aibă experiență și studii de specialitate. Este necesară și absolvirea unui curs special de formare.
  - Vor fi utilizate principiile lui Rogers, orientate către individ (acceptare necondiționată, înțelegere imaginativă, congruență).
  - Consilierii vor trebui să aibă răbdare cu clienții, să-i asculte și să le înțeleagă problemele.
  - Nu trebuie să aibă prejudecăți.
  - Trebuie să fie deschiși, direcți, prietenoși și toleranți.
  - Trebuie să aibă abilități de comunicare.

*Sursa: NRCV Ungaria*

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## XI. Bune practici în consilierea prin telefon

- **Schimbarea în scopul unor mai bune percepții în cazul studenților cu nevoi speciale**

  O tânără femeie cu o capacitate redusă de muncă și-a încetat studiile, pentru a începe căutarea unui loc de muncă potrivit.

  A avut dificultăți în înscrierea în clasele cu regim normal din școala secundară.

  Nu putea să facă ducă la îndeplinire aceleași sarcini la fel de rapid precum colegii săi.

  Acestei cliente i-a fost rușine să se adreseze personal Centrului de Consilierea Carierei din cadrul Oficiului Locurilor de Muncă.

  În timpul apelului telefonic, în acest caz a fost necesară stimularea respectului de sine și a încrederii în sine. După consilierea prin telefon, a fost de acord să facă o vizită la centrul de consiliere.

  Cuvinte cheie: interacțiune socială, respect de sine, continuarea studiilor în regim special.

- **Atunci când există diferențe culturale**

  Galina nu s-a născut în Cehia. Ea trăiește aici din anul 2001. S-a mutat împreună cu mama ei (străină și ea). Tatăl ei a fost arestat. Au avut o multitudine de probleme sociale.

  Această clientă nu a putut să se decidă dacă să continue școala profesională sau să urmeze un scurt modul de instruire (de exemplu, lecții de utilizarea computerului) sau să se angajeze direct. În timpul consilierii prin telefon s-a clarificat faptul că are nevoie de un ajutor suplimentar.

  După obținerea tuturor informațiilor necesare din partea acestei cliente cu dificultăți de comunicare, a fost stabilită o întâlnire la biroul de consiliere.

  Cuvinte cheie: diversitate etnică și culturală, continuarea studiilor, conștientizarea comunicării interculturale, optimizarea comportamentului.

- **Planificarea carierei**

  Un tânăr de 17 ani dorește să studieze în străinătate într-o țară de limbă engleză.

  Este foarte flexibil, încrezător în sine, dar nu vorbește încă foarte bine limba engleză.

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Are nevoie de abilități lingvistice adecvate, cel puțin de nivel mediu.

În timpul convorbirii telefonice de consiliere, a aflat:

- Informații detaliate despre studiul limbii engleze în țară.
- *Web site*-uri care oferă informațiile necesare cu privire la studii în străinătate.
- *Web site*-uri care oferă mai multe informații despre serviciile internaționale.
- Informații generale despre CNROP (Centrul Național de Resurse pentru Orientare Profesională), studii și stagii în străinătate, angajare și contracte pe termen scurt în străinătate.

Cuvinte cheie: încurajare pentru studiul limbii engleze, informații actualizate, contact la nivel european și național în domeniul educației cu ajutorul *Internet*-ului.

*Sursa: Eva Juzvakova, Ministerul Muncii, Cehia*

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

# 5. DOMENII SPECIALE

## 5.1. Aspecte multiculturale

NRCVG

*Szeged, Ungaria*

### Introducere

Consilierea multiculturală şi pentru alegerea carierei înseamnă, într-un sens larg, un mod de cooperare între naţiuni, iar pe de altă parte, un sprijin special pentru minorităţile etnice. Conceptul de cultură este definit aici prin diferite aspecte, cum sunt trăsături demografice (gen, vârstă etc.), *status* sau poziţie (clasă socială, calificare, venit etc.) şi prin apartenenţa la un grup formal sau informal (naţionalitate, origine etnică, limbă, religie etc.). De aceea, a fi multicultural este un aspect al tuturor domeniilor consilierii, inclusiv al consilierii la distanţă (Ertelt; Schulz, 1997).

Complexitatea consilierii multiculturale a fost examinată de-a lungul zecilor de ani de o seamă de experţi. Sue şi Sue (1982) scriu că diferenţele culturale dintre doi sau mai mulţi oameni se regăsesc în consiliere şi apar ca sisteme de valori şi stiluri de viaţă. Ar fi, totuşi, periculos dacă ar fi formulate numai opinii generale, deoarece diferenţele dintr-un grup sunt, de asemenea, importante. În practica de fiecare zi, conceptul lui Spreight (1991) poate fi utilizat în mod eficient, ceea ce însemnă că în consilierea multiculturală nu doar diferenţele culturale, dar şi trăsăturile individuale şi versatilitatea umană trebuie luate în considerare, mai ales dacă este vorba despre consilierea internaţională, care se întinde peste graniţe statale.

Cercetarea a arătat până acum avantajele şi dezavantajele, posibilităţile şi limitele consilierii multiculturale. Accentul s-a pus pe trei teme, anume trăsăturile culturale ale clienţilor aparţinând diferitelor grupuri etnice, diferenţele de identitate culturală dintre cei care solicită serviciile de consiliere şi diferenţa dintre viziunea despre viaţă a clienţilor şi cea a consilierului.

BCU Cluj / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

În privința consilierii carierei, principalele trăsături culturale și individuale care aparțin unor grupuri etnice sunt toate acele diferențe existente între grupul etnic și majoritate.

Conform mai multor autori, principala problemă a consilierii multiculturale este viziunea despre viață sau mai degrabă cunoașterea ei exactă. Se știe foarte bine că viziunea asupra vieții este o importantă dimensiune cognitivă, deoarece include, între altele, procesul de informare, sistemul logic al individului și chiar capacitatea de interpretare, de aceea fiind esențială pentru întregul proces de consiliere (Sodowsky-Johnson, 1993).

Identitatea culturală a clienților ce aparțin diferitelor grupuri etnice relevă, pe de o parte, în ce măsură ei au adoptat valorile și atitudinile comportamentale ale majorității culturale, iar pe de altă parte, în ce măsură au păstrat valorile de bază și obiceiurile propriei lor culturi. De aceea, "procesul schimbării" nu trebuie niciodată ignorat în timpul consilierii multiculturale. Cele mai importante întrebări în acest caz sunt următoarele:

1. Percepția timpului în relație cu scopurile vieții.
2. Semnificația activității umane.
3. Importanța relațiilor sociale.
4. Natura umană.
5. Relația dintre om și natură.

Katz (1985) scrie că o mare atenție trebuie acordată în cadrul consilierii multiculturale formării valorilor și normelor, dintre care cele mai importante sunt următoarele:

1. Responsabilitatea individuală este centrală, iar independența și autonomia au un mare rol. Problemele, de obicei, intrapsihologice, sunt legate de copilărie și își au rădăcina, în primul rând, în familie.
2. Cei care cer ajutorul trebuie să își rezolve singuri problemele, deoarece pasivitatea are efecte negative.
3. Consilierul îl ajută pe client cu expertiza și abilitățile sale, iar această activitate este singura care poate fi controlată sub toate aspectele.
4. În procesul de consiliere o componentă importantă este comunicarea verbală, care este, în mod evident, cea mai eficientă în contactul direct, dar poate fi eficientă și indirect sau împreună cu alte moduri de comunicare.
5. Scopul consilierii este acela de a îi face pe clienți să se concentreze asupra lor înșiși, să își schimbe comportamentul anterior, să își amelioreze competența socială și personală, să își dezvolte capacitatea de a rezolva probleme și prin toate acestea să se adapteze mai bine la sistemul de valori existent.
6. Consilierea trebuie să fie întotdeauna obiectivă și neutră, caracterizată de gândirea rațională și logică. Este util să se adopte metoda liniară de rezolvare a problemelor cu o asigurare adecvată a calității, iar mijloacele de diagnostic disponibile trebuie utilizate în funcție de necesități.



BCU ASCENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

7. Un alt factor important este administrarea precisă a timpului. Experienţa zilnică arată că este mai practic lucrul în şedinţe mai scurte de o oră.

Pot exista şi alte sarcini importante în consilierea profesională multiculturală, ca de exemplu cunoaşterea nivelului de motivaţie al grupurilor de clienţi (grupuri ce sunt diferite din punct de vedere cultural), precum şi ierarhizarea şi interpretarea scopurilor, aşteptărilor, problemelor şi aspiraţiilor (Ertelt; Schulz, 1977).

**Caracteristicile comunicării multiculturale**

Consilierea multiculturală cuprinde toate trăsăturile caracteristice ale comunicării, dar are şi trăsături specifice, deoarece comunicarea este mai complicată atunci când se întâlnesc culturi diferite (întâi de toate este mai stângace şi mai puţin eficientă). Motivul este că oameni care aparţin unor culturi diferite au efecte diferite unii asupra celorlalţi, decât atunci când aparţin aceleiaşi culturi. Consilierea profesională, după cum se ştie, constă într-o serie complexă de activităţi, cum este şi sistemul de comunicare specific în relaţiile multiculturale. Evident, se cere o analiză mai completă pentru rezolvarea problemelor cotidiene într-un mod mai eficient decât se face în ziua de azi.

**Grupurile ţintă**

Consilierea profesională multiculturală se realizează, în principiu, în două forme. În primul caz, consilierea profesională se desfăşoară între două sau mai multe ţări (de exemplu, oferirea de informaţii despre posibilităţile de studiu, despre locuri de muncă şi consiliere individuală sau de grup), iar în celălalt caz avem de-a face cu serviciul de consiliere profesională oferit membrilor minorităţilor naţionale.

**Cu privire la clienţii transnaţionali**

Problema fundamentală în consilierea profesională transnaţională este alegerea limbajului potrivit. În cazul a doi sau trei parteneri de cooperare poate fi aleasă limba oficială a oricăreia dintre ţările implicate. Totuşi, în mod cotidian, tot mai frecvent se alege prin înţelegere comună nu una dintre aceste limbi, ci o limbă străină tuturor partenerilor implicaţi, care, de obicei, este în ziua de azi engleza. În acest caz pot apărea probleme legate de lipsa abilităţilor de a vorbi această limbă. În primul rând, nivelul scăzut al cunoaşterii limbii engleze de către clienţi (de exemplu, pronunţia deficitară) pot să afecteze începutul comunicării şi să limiteze succesul întregului proces de comunicare.

În al doilea rând, printre problemele transnaţionale ale comunicării multiculturale trebuie menţionată înţelegerea la nivel profesional (cunoştinţe anterioare) a celor care cer ajutorul, ceea ce înseamnă un sistem de cunoştinţe general şi specific. În lipsa acestuia, este foarte greu de formulat o întrebare şi cu greu ne putem aştepta la un progres în relaţia de lucru dintre consilier şi client.

BCU STUDIA UNIVERSITY LIBRARY

Desigur, rețeaua internațională Euroguidance le poate furniza un ajutor considerabil clienților la nivel național prin clarificarea preliminară a conținutului anumitor probleme și prin tratarea unor probleme lingvistice inițiale (din fericire, adesea temporare). În același timp, adevărata soluție poate fi doar formarea profesională serioasă a tinerei generații pentru cooperarea internațională în vederea alegerii unei cariere, studiului și apoi angajării în muncă. Pregătirea pentru studiu și alegerea carierei în conformitate cu cerințele culturilor occidentale implică un întreg program de educație cu privire la carieră și sprijină dobândirea cunoștințelor lingvistice și culturale ale țării alese. De aceea, un număr tot mai mare de studenți pot beneficia de programele de mobilitate care îi pregătesc în mod complex în vederea dobândirii abilităților practice pentru angajarea viitoare la nivel internațional.

În consecință, în programele țărilor care doresc să se alăture Uniunii Europene, un rol important trebuie să fie acordat formării în vederea carierei în conformitate cu normele europene sub toate aspectele. Aceasta înseamnă că fiecărui tânăr i se va oferi o imagine completă asupra sistemului de cariere și a posibilităților promoționale din fiecare carieră. În al doilea rând, în domeniul ales de individ trebuie să aibă loc o pregătire intensă, astfel încât la sfârșitul programului de formare fiecare absolvent să cunoască cele mai importante probleme teoretice și practice ale domeniului său. În al treilea rând, dezvoltarea programelor de învățare a limbilor străine, indispensabile în cooperarea internațională, trebuie să țină pasul cu formarea profesională astfel încât să fie realizată o unificare a formării profesionale și lingvistice.

**Cu privire la minoritățile naționale**

Consilierea minorităților naționale este foarte diferită, în funcție de faptul că are loc în țara de origine sau în altă țară. Dificultățile în țara de origine sunt legate nu de cunoștințele generale, ci de calitățile profesionale incomplete sau de inadecvarea la condițiile sociale. Consilierea în alte țări este legată, de obicei, de probleme lingvistice. Din acest motiv, o analiză cuprinzătoare a problemei comunicării sub acest aspect are un rol important.

Anumite aspecte speciale trebuie să fie tratate în procesul de comunicare în consilierea profesională, atunci când furnizăm servicii pentru membrii minorităților etnice.

Cerința de bază a comunicării este înțelegerea exactă a intenției clienților, ceea ce diferă de consilierea obișnuită atât prin conținut, cât și prin formă. Este evident că oamenii aparținând altor culturi se comportă diferit în situațiile de consiliere decât oamenii din aceeași culturii. Ei pot fi foarte reticenți sau pot participa foarte intens, dar ambii trebuie primiți foarte natural. Ei trebuie încurajați dacă sunt prea reținuți (și adesea e nevoie de mult timp pentru asta), dar exigența de comunicare trebuie atenuată pentru succesul cooperării. Acest succes va fi atins uneori doar după mai multe încercări, care necesită multă răbdare și înțelegere din partea consilierilor.

Este binecunoscut faptul că partea verbală este crucială în comunicare, dar și alte aspecte trebuie luate în considerare. În consilierea membrilor unei minorități din aceeași țară se

întâmplă destul de rar să apară cuvinte necunoscute în conversație. Neînțelegerile ocazionale pot fi ușor clarificate. În același timp, mari diferențe pot apărea în metacomunicare, dar o metacomunicare corectă poate ajuta înțelegerea, dacă se cunoaște sistemul de comunicare al culturii respective. Un anumit volum al vocii, o anumită intonație și anumite gesturi pot apărea chiar dacă vorbitorul folosește limba majorității. De aceea, limba vorbită și celelalte efecte ale culturii originare nu sunt în totală armonie. Una dintre sarcinile importante ale consilierului este să atenueze această contradicție, ceea ce se poate face cu succes, dacă acesta poate să încurajeze eficient clientul să participe la realizarea echilibrului comunicării. Pentru aceasta este nevoie de răbdare, tact și bune abilități profesionale din partea consilierului deoarece oamenii aparținând altor culturi sunt foarte sensibili față de alterarea sistemului lor de comunicare în orice fel, chiar și pentru o perioadă scurtă de timp.

## Cadrul consilierii profesionale

Efecte ale comunicării multiculturale apar în consilierea profesională într-un mod aparte. Apar două forme ale acesteia, în funcție de faptul dacă un client este prezent la locul consilierii sau participă într-o consiliere la distanță.

## În contact direct

Posibilitățile de comunicare ale consilierii profesionale sunt mult mai largi în contactul direct decât în cel indirect. Problemele care apar între consilier și client în contactul direct pot fi mult mai ușor clarificate prin interacțiunea celor doi. Acest lucru este posibil prin aceea că alte forme de comunicare, anume toate modurile posibile de metacomunicare vin automat în completarea comunicării verbale.

Formele de metacomunicare au un rol extrem de important în relațiile multiculturale; uneori chiar depășesc efectul mesajelor verbale. Din acest motiv, formele de comunicare trebuie să fie învățate în întregime în formarea profesioniștilor pentru consilierea profesională, care se adresează persoanelor din alte culturi. Aceasta înseamnă, recunoașterea metacomunicării și folosirea sa efectivă în vederea succesului consilierii.

Contactul direct are avantaje importante, de pildă, prin posibilitatea de a face un schimb de întrebări. În contactul direct, ambele părți pot să pună întrebări chiar simultan, iar una dintre părți poate să arate (chiar într-un mod nonverbal), în timp ce i se pune o întrebare, că are la rândul său întrebări de pus. Totuși, aceasta nu crește timpul acordat consilierii, dar poate să amelioreze calitatea comunicării.

Contactul direct poate să fie avantajos deoarece consilierea profesională este complexă și mulți factori influențează alegerea carierei. Pe de o parte, consilierul are la dispoziție mult mai multe posibilități în contactul direct deoarece poate trage mai multe concluzii de specialitate fără a pune întrebări. Pe de altă parte, clientul are posibilitatea de a vorbi în detaliu despre ambițiile și dorințele sale.

BOLYAI UNIVERSITY LIBRARY

Folosirea unor mijloace bogate şi flexibile în procesul comunicării poate să asigure succesul consilierii multiculturale, în special dacă - atât consilierul, cât şi clientul - au în comun o puternică dorinţă de a rezolva problema cât mai bine cu putinţă. Aceasta implică o mare responsabilitate din partea specialistului în consiliere, deoarece administrarea şi conducerea procesului de consiliere este în mod clar responsabilitatea sa. Dacă un client primeşte de la început suficient sprijin şi încurajare din partea consilierului, va avea mai multe şanse de a alege cea mai bună carieră sau loc de muncă. Consilierea liberă, de susţinere, necesită şi, deci, utilizează diferite canale de comunicare. Cea mai mare parte a informaţiilor este transmisă verbal, dar consilierea într-o atmosferă corespunzătoare poate să conducă şi la alte forme de comunicare.

**În contactul indirect**

Este evident că posibilităţile de comunicare ale consilierilor în contactul indirect sunt mai limitate decât numeroasele forme de comunicare din consilierea directă. De aceea, este foarte important să fie exploatate toate detaliile specifice ale posibilităţilor de comunicare şi să fie folosite eficient în practică pentru ridicarea standardului consilierii la distanţă.

Formele scrise sunt cele mai frecvente în contactul indirect, dar posibilitatea informaţiei verbale este tot mai des întâlnită şi, în practica de fiecare zi, tot mai mulţi oameni folosesc diferite metode de comunicare şi combinaţii ale acestora.

Recent, nevoia de forme indirecte de consiliere profesională a crescut datorită faptului că numărul celor care caută ajutor cu privire la educaţia suplimentară, alegerea unei profesii sau a unui loc de muncă a crescut brusc. Evident, capacitatea sistemului de servicii trebuie să crească în mod similar şi trebuie pregătite noi forme şi tipuri de consiliere. Consilierea la distanţă are o mare importanţă între aceste metode, iar cadrul său teoretic, metodele şi posibilităţile de utilizare practică trebuie să fie stabilite pentru fiecare domeniu al consilierii cât mai repede cu putinţă. Consilierea la distanţă într-un context multicultural necesită atenţie din partea specialiştilor, iar posibilii clienţi trebuie să fie pregătiţi (de ex., prin oferirea de informaţii orientate), în vederea succesului consilierii.

Comunicarea verbală trebuie avută în vedere şi în formele indirecte de consiliere profesională, ceea ce se realizează astăzi, mai ales prin telefon, dar dezvoltarea transmiterii simultane a sunetului şi imaginii pot creşte posibilităţile acestei metode. Materialele scrise au un rol important în comunicarea indirectă, mai ales când informaţia este trimisă prin mijloace electronice (*e-mail*, *Internet*, *chat* etc.).

În formele indirecte de comunicare, clienţii trebuie, de asemenea, să fie mai pregătiţi, trebuie să aibă iniţiativă şi să participe mai activ decât în consilierea tradiţională. Practica curentă din consilierea profesională trebuie să se dezvolte semnificativ, aşa încât să ajungă mai răspândită. Aceasta presupune funcţionarea consilierii la distanţă la un standard superior şi într-un sistem reciproc accesibil care să satisfacă nevoile clienţilor. În plus, trebuie să ne concentrăm asupra pregătirii clienţilor, aceştia fiind încurajaţi să participe în diferite forme de servicii indirecte.

Consilierea la distanță în contexte multiculturale necesită abilități speciale din partea consilierilor și clienților. Este evident că apartenența la diferite culturi (legături și tranziții între culturi) face consilierea la distanță și mai complexă.

**Principalele metode ale consilierii multiculturale**

Este necesară, mai întâi, o scurtă prezentare teoretică pentru descrierea metodelor de consiliere multiculturală. Întrucât majoritatea experților în consiliere sunt de acord că, pe lângă cele trei metode principalele de consiliere, anume cea psihodinamică (psihanalitică, terapia Gestalt, tranzacțională, neurolingvistică etc.), cea cognitiv-comportamentală (rațional-emotivă, terapia realității etc.) și cea existențialist-umanistă (cea centrată pe personalitate, logopedia etc.) apare o a patra forță, reprezentată de direcția multiculturală.

Cu câțiva ani în urmă (1997) Ivey et al. a formulat următoarele principii metodologice importante ale consilierii multiculturale:

1. Consilierea multiculturală integrează diferitele elemente ale viziunilor generale asupra consilierii sub forma unei metateorii.
2. Personalitățile consilierului și clientului s-au format și dezvoltat în circumstanțe diferite și prin experiențe diferite și, astfel, toate aceste diferențe trebuie luate în considerare în așa-numita consiliere multiculturală.
3. Identitatea culturală a clientului este definită de atitudinea sa față de formare, profesie, mediul social și ceilalți oameni.
4. Consilierea este mai eficientă dacă specialistul folosește metode compatibile cu viața zilnică și cu sistemul cultural de valori ale clientului.
5. Consilierea individuală tradițională este larg răspândită și foarte eficientă, dar este doar una dintre metode. Dacă este posibil, trebuie folosite și alte moduri de consiliere, uneori chiar acelea care țintesc împotriva mecanismelor speciale de formare a familiilor și grupurilor minorităților etnice.

În continuare vor fi prezentate informațiile despre metodele de consiliere multiculturală pe baza tendințelor generale, procedurilor și tehnicilor specifice procesului de consiliere

**Procesul de consiliere**

Principiile de consiliere anterior menționate ne atrag atenția asupra următoarelor aspecte importante din cadrul procesului de consiliere, care sunt legate de consilierea multiculturală la distanță:

1. Clienții percep adesea rolul consilierului și sistemul de consiliere ca fiindu-le atât de străin, încât sunt inhibați în folosirea anumitor părți sau forme complexe de servicii de consiliere.



BCU "Ion Creangă" - UNIVERSITY LIBRARY

2. Clienții înțeleg doar parțial sfatul consilierului în ghidarea procesului de consiliere, ceea ce se întâmplă mai ales atunci când consilierul evaluează succesul sau trage concluziile în etapa finală a consilierii.

3. Pentru clienții provenind din grupuri etnice poate exista pericolul de a fi influențați de așteptările și stereotipiile grupului lor, așa încât procesul de consiliere se poate întrerupe înainte de a se ajunge la vreun succes.

4. Este o experiență comună: aceea că timpul alocat discuțiilor de consiliere pare mereu insuficient în relațiile multiculturale. Motivul este că pregătirea clienților nu este adecvată, iar consilierul trebuie să furnizeze mai multe informații și, astfel, rămâne mai puțin timp pentru consilierea propriu-zisă.

5. Clienții pot, uneori, să exprime cu greu modul în care înțeleg dificultățile, care pot să fie nu doar lingvistice. Prin urmare, consilierul poate să creadă că respectivul client a înțeles tot și merge mai departe, deși nu este cazul.

Procesul de consiliere, în viziunea lui Ertelt și Schulz (2002), poate fi înțeles ca un proces cognitiv-afectiv de prelucrare a informației realizat în procesul de învățare al clientului, în vederea atingerii scopului consilierii, decis și acceptat în prealabil.

Principalele modele de consiliere pot ajuta consilierea multiculturală în diferite moduri.

Reprezentanții teoriei "trăsătură - factor" doresc să îl ajute pe client în luarea deciziilor potrivite pentru o carieră de succes. Ei încearcă să ia în considerare cât mai multe trăsături cu putință. Reprezentanții acestui punct de vedere, care se opun adepților mișcărilor centrate pe client și celor psihodinamice, subliniază importanța interacțiunii cu mediul social. Ei afirmă că fiecare element al consilierii trebuie să întărească interacțiunile care durează toată viața. Conform acestui punct de vedere, putem găsi o mare oportunitate în diagnosticele de vorbire folosite ca instrument concret, deși obiectivitatea lor depinde de încrederea reciprocă și de posibilele stereotipuri culturale ale consilierului.

Modelul centrat pe client (Rogers) accentuează capacitatea atenției active. Aici principalele concepte sunt: încurajarea vorbirii, parafrazarea, influențarea emoțiilor și rezumarea fără evaluare. Centrul consilierii este "aici și acum". Clienții trebuie să fie făcuți să vorbească liber despre emoțiile lor și să se concentreze asupra lor înșiși. Totuși, această metodă poate crea dificultăți în consilierea multiculturală, dacă un client nu vrea să își împărtășească sentimentele, nu vede legătura dintre emoțiile sale și o anumită problemă acută sau nu vrea să confrunte problema cu contextul său familial. Ca metodă de consiliere, centrarea asupra persoanei accentuează importanța comunicării. Are mulți critici și a fost considerată un stil de comunicare tipic occidental (Sue și Sue). Aspectele verbale și nonverbale care pot fi folosite cu succes în consiliere sunt bine elaborate în tehnicile de logopedie. Dar, așa cum am menționat, acestea au fost criticate pentru stilul de comunicare tipic occidental.

Consilierea profesională centrată pe comunicare se concentrează pe examinarea originii culturale a clientului și pe procesul de socializare realizat pe durata întregii vieți. Ei descoperă o diferență chiar și în socializarea timpurie (la vârsta de 2-4 ani): educația

occidentală sau europeană încurajează autonomia individuală (în timp ce în alte culturi autonomia apare ca o formă de egoism, fiind cultivată încrederea în ierarhia familială). În copilăria mijlocie (5-7 ani), există o diferență nespecifică de socializare (între băieți și fete), iar în copilăria târzie (8-12 ani), formarea pentru viața activă și spirit antreprenorial sunt dominante, iar nu sentimentul de a fi dominat. Într-o structură familială mai puțin dezvoltată copilul găsește mai puține oportunități de împlinire de sine decât ar avea nevoie la această vârstă, de autoevaluare și de împlinire a dorințelor sale. În adolescență (12-18 ani), chiar și nivelul identității diferă în funcție de cultură, în contrast cu confuzia de roluri, iar în tinerețea adultă (20-30 de ani) domină nevoia intimitatea față de separare. La maturitate, diferențe culturale clare pot fi găsite în aspecte legate de dezvoltare și stagnare și în comportamentul de gen.

Teoria asupra imaginii de sine în sfera profesională a fost dezvoltată de către Super (1994), care afirmă că influența unei persoane de referință face posibilă punerea în valoare a unor abilități înnăscute și experimentarea unor roluri și așteptări diferite. Super afirmă că originea socioculturală influențează direct imaginea despre sine datorită învățării interactive și comparațiilor cu realitatea profesională.

Modelul informației structurate (MIS) a fost dezvoltat de Ertelt și Schulz și poate fi bine adaptat la consilierea la distanță. Principalul scop al MIS este evaluarea complexă a situației clienților, în primul rând cu privire la procesul de luarea deciziei și rezolvarea problemelor, cât și cu privire la deficitul de informație, trăit subiectiv. În practică, aceasta înseamnă că respectivul client trebuie să dispună de o combinație specială de informații cu privire la alternative și criterii, precum și de capacitatea de a rezolva probleme în armonie cu acestea. Baza consilierii este construirea unei hărți a deficitelor în aceste domenii, alături, bineînțeles, de rezolvarea concretă a problemei. Prin urmare, procesul de consiliere trebuie să fie adecvat la valorile, experiențele de viață și comportamentul cultural ale clientului.

Pe baza celor de mai sus, folosirea MIS presupune: concentrarea asupra cunoașterii trăsăturilor și originii problemei (evaluarea intrărilor), observarea implicării și alegerea metodei (evaluarea procesului), acceptarea mediului său cultural de către client și realizarea scopurilor / obiectivelor sale (evaluarea ieșirilor și a transferului).

**Metode și tehnici**

Aproape orice teorie despre consilierea profesională definește anumite niveluri. MIS face același lucru deoarece este o metodă construită pe rezolvarea problemei în trei faze, într-o situație ideală (decizie preliminară, decizie, decizie ulterioară), iar activitățile tipice de prelucrare a informației sunt conectate cu acestea. De fapt, principalele metode și tehnici de consiliere multiculturală la distanță, au următoarele trăsături:

1. Metoda încurajării verbale și nonverbale poate fi folosită pentru a clarifica aspirațiile profesionale și pentru a stabili scopurile consilierii referitoare la



BCU "LUCIAN BLAGA" CLUJ-NAPOCA CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

comunicare, aşteptări pozitive, întrebări, parafrazare, influenţarea emoţiilor. În această fază a consilierii, exemple de comunicare definite cultural joacă un rol important, mai ales în ceea ce priveşte aspectul tehnicilor nondirective, întrebărilor deschise şi închise, parafrazării şi evocării emoţiilor. Trebuie să se analizeze critic ce succes are o metodă bazată pe libertatea individului de a alege într-un context multicultural, ca act unic de consiliere.

2. Tehnicile gândirii creative trebuie folosite, mai întâi, în dezvoltarea alternativelor de acţiune. În această perioadă trebuie să fim foarte atenţi la faptul dacă un client provenit dintr-un anumit mediu cultural nu este cumva descurajat de faptul de a se afla departe de cultura dominantă de care aparţine. Pot apărea neînţelegeri dacă respectivul consilier ar fi văzut ca un administrator, în timp ce el însuşi nu doreşte să adopte acest rol pentru a-l activiza pe client şi nu vrea să aranjeze lucrurile în locul clientului.

3. În faza de cântărire, criteriile joacă un rol vital. În consilierea de tip occidental şi în cele care au ca scop promovarea capacităţii individuale de luarea deciziei, o importanţă fundamentală au interesul, dezvoltarea oportunităţilor şi a abilităţilor clientului. În cazul în care clienţii provin din anumite grupuri etnice, următoarele aspecte sunt, de asemenea, demne de luat în seamă: relaţiile din sânul familiei, modele de decizie mutuală, obiectivele cu privire la carieră ale grupului de referinţă. În practică, se pot întâlni în grupurile etnice false dorinţe cu privire la profesie şi o apreciere de sine scăzută, din cauza culturii specifice.

4. Pregătirea clienţilor pentru decizia cu privire la obligaţiile personale este de mare importanţă în consilierea multiculturală, mai ales în ceea ce priveşte tehnicile de stabilire a unui acord şi tehnici şi forme de rezolvare colectivă a problemelor (negociere, convingere, acord forţat). Pentru clienţii din minorităţile etnice putem oferi variate forme de sprijin pentru atingerea scopurilor lor profesionale (campanii de susţinere, îndrumare).

5. O sarcină dificilă este aceea de a pregăti clienţii pentru o posibilă dezamăgire într-o fază târzie a deciziei. Punctul de plecare poate fi că familia şi mediul social al clientului dintr-un grup etnic poate acţiona, de asemenea, ca un sprijin, aşa cum se obişnuieşte în grupurile dominante. Multe tipuri de tehnici, de exemplu, întărirea de sine, sarcinile pentru acasă, a rolurilor, cu schimbarea acestora în timpul consilierii şi imitarea pot fi foarte utile.

**Sugestii pentru consilierea multiculturală**

Consilierea la distanţă în relaţiile multiculturale este o sarcină destul de complexă pentru că, spre deosebire de consilierea directă, cea indirectă (mai ales prin telefon) este foarte diferită de structurile tradiţionale, iar întâlnirea unor oameni din două sau mai multe culturi diferite poate provoca dificultăţi. Considerăm, mai întâi, că înţelegerea exactă a vorbirii este aspectul cel mai important, deoarece oamenii care aparţin unor culturi diferite vorbesc, de obicei, limba lor comună la niveluri diferite. Formele indirecte de comunicare cresc şi mai mult dificultatea. De aceea, posibilităţile de comunicare

nonverbală trebuie folosite în întregime, chiar dacă sunt şi ele limitate în contactul indirect. Astfel, folosirea potrivită a "limbajului telefonic" pare a fi una dintre sarcinile cele mai importante, iar alte aspecte, cum ar fi îmbunătăţirea stilului informaţiilor furnizate sau clarificarea aşteptărilor cu privire la rol trebuie, luate în considerare.

**Înţelegerea comunicării**

În consilierea multiculturală la distanţă este vital ca să se înţeleagă comunicarea la un nivel adecvat, deoarece altfel va eşua. În acelaşi timp, la niveluri diferite de înţelegere a comunicării, multiple tehnici trebuie adoptate în scopul unei mai bune consilieri.

În mod obişnuit, minorităţile etnice aparţinând aceleiaşi culturi vorbesc limba ţării mai bine decât propria limbă şi uneori folosesc un limbaj amestecat între limba minorităţii şi limba oficială atunci când tratează probleme oficiale. De aceea, ar fi foarte folositor pentru consilier dacă ar cunoaşte această limbă într-o anumită măsură. Ar trebui să stăpânească, în primul rând, fraze legate de continuarea studiilor, alegerea unei profesii sau a unui loc de muncă. Considerăm că î-ar fi de folos să cunoască şi expresii uzuale ale dialectului şi obiceiurile lingvistice ale minorităţii etnice, pentru a-şi atinge scopul într-un timp relativ scurt în activitatea de consiliere.

Situaţia de a înţelege o limbă este foarte diferită dacă luăm în considerare clienţii veniţi din alte ţări, de obicei din culturi foarte îndepărtate. Deoarece membrii acestor grupuri îşi folosesc foarte rar limba în circumstanţe oficiale, comunicarea are loc în limba ţării gazdă. La început, când capacităţile lingvistice sunt foarte scăzute, poate să se folosească traducerea sau o a treia limbă. Totuşi, dacă ei doresc să petreacă mai mult timp într-o ţară ca să studieze sau să muncească, atunci această soluţie este recomandabilă doar pe termen scurt, la început, iar mai apoi trebuie să înveţe limba ţării respective. Situaţia este puţin diferită în cazul studenţilor cu educaţie superioară ce petrec o anumită perioadă de timp la o universitate din altă ţară sub forma schimbului de studenţi. Pentru ei o "limbă universală" (în special engleza) poate fi la fel de utilă ca şi cunoaşterea limbii ţării gazdă.

În comunicarea dintre ţări şi, de asemenea, în consilierea profesională, poate fi folosită orice limbă oficială a participanţilor. Totuşi, în practică, limbile universale (engleza, franceza, germana, italiana sau spaniola în Europa) domină, iar negocierea comunicării într-o altă limbă este o chestiune de consens.

**Comunicarea nonverbală**

În toate domeniile care presupun contacte umane, celelalte forme de comunicare numite "nonverbale" au o mare importanţă. Evident, consilierea are nevoie de această posibilitate de comunicare deoarece multe efecte domină, în acelaşi timp, relaţia dintre consilier şi client, adică fiecare semn poate fi important, nu doar afirmaţiile verbale.

Partea principală a comunicării nonverbale este contactul vizual, care face parte din grupul expresiilor faciale. Pe lângă acesta, cele mai mici detalii ale manifestării umane (mişcări, posturi, gesturi, mimică etc.) pot contribui la transmiterea informaţiei.

În consilierea profesională, anumite elemente ale comunicării, între care modurile speciale de comunicare nonverbală, pot juca un rol semnificativ. Aceasta se poate observa când clientul vrea să obțină mai multe informații despre detaliile unei probleme complexe și să decidă în mod corespunzător. În acest caz este evident nu se va lua o decizie numai pe baza informației verbale date de consilier, ci s-ar dori cunoașterea atitudinii generale și a convingerilor expertului pentru a se ajunge la cea mai bună soluție. În mod similar, pot fi menționate mai multe exemple din punctul de vedere al consilierului, atunci când acesta înțelege dorințele și nevoile clientului pe baza comunicării nonverbale mai degrabă decât pe baza celei verbale.

Consilierea la distanță nu folosește încă marile posibilități ale comunicării nonverbale, dar mari schimbări sunt așteptate chiar în viitorul apropiat, deoarece sunetul va fi însoțit de transmisii video. Acest fapt va lărgi sfera de comunicare a consilierii la distanță și va juca un rol important în furnizarea de servicii de calitate membrilor grupurilor multiculturale în consilierea profesională.

**Aplicarea diferitelor tehnici de comunicare la telefon**

Sistemul de comunicare al consilierii la distanță are nevoie de o dezvoltare multilaterală în ziua de astăzi, deoarece în acest domeniu canalele de comunicare acționează separat, iar comunicarea verbală este bazată pe formele tradiționale de telefonie. În general, posibilitățile de comunicare nonverbală în consilierea la distanță sunt limitate la o sferă restrânsă și astfel singura formă de contact verbal indirect este comunicarea la telefon. De aceea, consilierea la telefon trebuie dezvoltată în mod cuprinzător, iar largile ei aplicații trebuie puse în practică în vederea extinderii consilierii profesionale pentru minorități.

Între timp s-au dezvoltat forme speciale de comunicare telefonică, diferite sub multe aspecte față de vorbirea directă. Se știe că, de obicei, convorbirile telefonice sunt mai scurte și mai la obiect decât discuțiile în întâlniri interpersonale. Convorbirile telefonice au trăsături speciale. Este important ca ambele părți să se prezinte inteligibil la începutul conversației când nu se pot vedea, chiar și în cazul unor oameni care se cunosc bine din alte împrejurări, însă partenerul nu poate fi întotdeauna recunoscut după voce.

Formele de conversație telefonică pot fi aplicate în consilierea la distanță, mai ales în cazul în care nu doar informația, ci și o bună relație personală pot fi transmise și au legătură cu conținutul conversației. De exemplu, păstrând tăcerea pentru un moment, îi oferim partenerului o ocazie excelentă să își ordoneze gândurile și să formuleze ceea ce vrea să spună. În timpul conversației și la sfârșitul ei este important să se rezume ceea ce a fost spus și să se clarifice "acordul".

Formele de comunicare prin telefon sunt răspândite în întreaga lume, dar pot exista diferențe între culturi. În primul rând, înțelegerea poate cauza probleme pentru că nu îl putem vedea pe partener în mod direct. Evident, mulți alți factori, ca de pildă stilul informației, pot afecta succesul comunicării.

## Stilul informației

Stilul informației are un rol important în consilierea multiculturală la distanță, cu privire la elementele formale și de conținut. Situația cea mai favorabilă este aceea în care aceste componente sunt în armonie unul cu celălalt.

O cerință cu privire la formă este vorbirea inteligibilă în care se respectă regulile limbii, așa încât viteza, volumul și articularea vorbirii să ajute înțelegerea. O altă cerință atunci când stăm de vorbă cu membrii altor culturi este să nu folosim cuvinte și fraze redundante. Este confuz pentru un străin dacă discursul cuiva este supradimensionat, așa că ar trebui să vorbim simplu și natural, rezumându-ne la informația importantă.

Cât despre cerințele de conținut, cea mai importantă așteptare este transmiterea neambiguă a sensului. Aceasta se poate obține în mai multe moduri, în primul rând prin structura logică a discursului. Dacă așezăm elementele importante într-un sistem clar, atunci răspunsurile la întrebări vor fi în armonie unele cu celelalte.

În furnizarea informației, consilierul trebuie să fie întotdeauna sigur de client că acesta poate să urmărească sau să înțeleagă răspunsurile. În cazul în care înțelegerea nu are loc sau are loc parțial, trebuie să revenim la fraza anterioară și să încercăm să-l aducem treptat pe client la înțelegere totală. De aceea, în contexte multiculturale trebuie folosite cuvintele cele mai potrivite (pe care clientul le cunoaște cu siguranță). Se știe că înțelegerea cuvintelor cu multe sensuri provoacă cele mai mari probleme, așa că transferul de informație poate fi realizat mai bine folosind cuvinte și fraze simple.

În plus, o cerință importantă în cazul convorbirilor telefonice este aceea ca atitudinea pozitivă a consilierului să fie simțită de client. În acest caz, oamenii îndrăznesc să pună întrebări mai liber, nu se simt jenați și revin ulterior cu alte probleme.

În consilierea la distanță a membrilor grupurilor multiculturale este utilă rezumarea conversațiilor și formularea unui acord, ceea ce ajută la clarificarea așteptărilor ulterioare.

## Limitele consilierii la distanță

Se pot formula nu doar avantaje, ci și dezavantaje ale consilierii la distanță, chiar și în cazul consilierii profesionale asupra relațiilor multiculturale.

Dezavantajele pot fi împărțite în două categorii, respectiv legate de atitudine și de neajunsuri personale și obiective.

Cauza dezavantajelor legate de atitudine provine din faptul că posibilitățile nu au fost explorate în prea multe locuri și se încearcă introducerea consilierii indirecte foarte prudent și cu o perspectivă restrânsă. În multe cazuri, se preferă consilierea directă, deși există facilitățile și abilitățile pentru consilierea indirectă, astfel încât s-ar putea atinge multe scopuri (în special transmiterea de informații) pe această cale cu aceeași eficiență.

Pentru schimbarea atitudinii este nevoie de pregătirea posibililor clienți în mod corespunzător, ca parte din procesul dezvoltării consilierii la distanță.

Alte limite ale aplicării consilierii la distanță țin de faptul că specialiștii nu au fost încă pregătiți îndeajuns pentru acest tip de consiliere, cât și lipsa facilităților tehnice. Totuși, ambele probleme pot fi aduse la un nivel corespunzător într-un timp relativ scurt și la un cost rezonabil. Pe de o parte, consilierii trebuie să fie pregătiți pentru ceea ce fac, iar pe de altă parte, trebuie să fie dezvoltate în mod serios programe de formare graduală și, astfel, vor exista suficienți specialiști în acest domeniu mai particular.

Facilitățile și echipamentele trebuie, de asemenea, dezvoltate în mod eficient, așa încât să fie introduse și folosite sisteme compatibile. Trebuie introduse nu doar echipamentele de comunicație telefonică, ci și alte mijloace tehnice, de preferat într-un sistem uniform.

Ca o concluzie, putem afirma că diseminarea diferitelor forme de consiliere la distanță este o sarcină urgentă (pentru alegerea unei profesii, formarea continuă, informarea cu privire la profesii și angajare etc.) în interesul asigurării mobilității transnaționale și al unor servicii mai bune și mai rapide pentru clienții din grupurile etnice.

**Bibliografie**


Brown, D.; Brooks, L. and Assoc. (1966). *Career Choice and Development.* (3rd ed.), San Francisco: Jossey-Bass.

Ertelt, B.-J.; Schulz, W.E. (1997). *Beratung in Bildung und Beruf.* Leonberg: Rosenberger.

Ertelt, B.-J.; Schulz, W.E. (2002). *Handbuch der Beratungskompetenz.* Leonberg: Rosenberger.

Ivey, A. E.; Gluckstern, N.; Bradford-Ivey, M. (1997). *Basic attend skills.* (3 rd ed.). Nort Amherst, MA: Microtraining Associates.

Ivey, A. E.; Bradford-Ivey, M.; Simek-Morgan, L. (1997). *Counseling and Psychotherapy - A Multicultural Perspective.* (4th ed.), Boston-London-Totonto: Allyn and Bacon.

Sue, D. W.; Sue, D. (1990). *Counseling the culturally different - theory and practice.* (2nd ed.). N.Y. Chicherster: Wiley.

Sue, D. (1995). *Toward a theory of multicultural counseling and therapy.* In: Banks, J., Banks, C. (Eds.), Handbook of Research on Multicultural Education. N.Y. Chichester: MacMillan.


BCU "LUCIAN BLAGA" CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## 5.2. Comunicarea interculturală şi identitatea culturală

**Mihai JIGĂU**

*România*

### "Observator implicat" în întâlniri internaţionale

În ciuda unor tendinţe iniţiale spre confruntare de idei pe teme politice, economice, culturale, etnice, religioase şi de altă natură, comunicarea interculturală tinde către diminuarea prejudecăţilor şi zdruncinarea stereotipurilor vehiculate de fiecare cultură, grup, individ.

Dacă pentru categorii mari de probleme există o "solidaritate" şi "conştiinţa unei apartenenţe comune" (fiinţă umană, european, intelectual), particularizările (norme de conduită etico-morală, valori spirituale şi culturale, apartenenţa la o naţiune creează, adesea, nevoia de explicaţie şi/sau justificări, neînţelegeri, anumite tensiuni, dispute verbale chiar.

Conştiinţa apartenenţei la o anumită cultură, naţiune, grup socio-profesional edifică identitatea ca o trăire a unei omogenităţi relative a grupului de apartenenţă şi implică un cadru comun de referinţă etnică, lingvistică, istorică, culturală, religioasă, imagini şi reprezentări sociale asemănătoare sau identice.

Niciodată însă în procesul comunicării interculturale nu intră în dialog direct ţări, societăţi, asociaţii sau grupuri mari, ci indivizi concreţi, cu propria încărcătură de idei, prejudecăţi sau stereotipuri de "pre-cunoaştere" şi evaluare a celuilalt, ei fiind, în fapt, "mijlocitorii" contactelor inter-culturi.

Pe de altă parte, comunicarea interculturală nu poate fi total "insensibilă" la raporturile de forţe existente între cele două culturi, din punct de vedre economic, politic, istoric, cultural etc. Este de notat, totodată, că dinamica relaţiilor interculturale are o puternică încărcătură afectiv-emoţională inconştientă şi care însoţeşte permanent, în grade diferite de intensitate, imaginile şi reprezentările sociale despre "celălalt", cu care, de altfel, suntem dispuşi să comunicăm.

Eterogenitatea relativă a grupurilor (ca formaţie profesională, naţionalitate, apartenenţă religioasă, grad de stăpânire a unei limbi comune de comunicare), chiar dacă induce în mod real dificultăţi de comunicare şi organizare, trebuie luată ca atare, pentru că reflectă aproximativ situaţiile reale de viaţă în conjuncturi de contact intercultural. Limba ne



BCU WEST UNIVERSITY LIBRARY

apare imediat, în procesul schimburilor interculturale internaţionale, atât ca mijloc de comunicare şi ca cea mai directă expresie a unei anumite identităţi culturale, cu o istorie unică şi precisă şi dezvoltată într-un anumit context.

Necunoaşterea limbii "celuilalt" devine primul obstacol perceptibil al oricărui demers de comunicare interculturală şi, adesea, "starea normală" este de cunoaştere parţială (sau nestăpânire deplină) a unei limbi străine de către toţi partenerii. Procesul comunicării interculturale între indivizi care cunosc, unul sau altul, limba "celuilalt", datorită încărcăturilor culturale proprii purtate de fiecare limbă, presupune şi conturarea unor noi semnificaţii şi coduri, parţial diferite de cele existente în fiecare limbă maternă.

Trebuie remarcat, de exemplu, că ceea ce este "pentru mine" frumos, curat, moral, păcat, decent, sărac, civilizat nu are exact aceeaşi "acoperire" pentru "celălalt" care aparţine unei alte culturi, ca să nu mai vorbim, de exemplu, de diferenţele din planul obiectelor casnice, hranei, arhitecturii, hainelor. În consecinţă, procesul comunicării presupune că părţile creează, propun şi acceptă prin consens "coduri" adecvate conţinutului şi cu care vor opera în cadrul dialogului. Acest construct de semnificaţii este realizat prin contribuţia tuturor participanţilor la comunicare, sporind profunzimea dialogului şi scăzând, în acelaşi timp, decalajul între mesajul emis şi receptarea, înţelegerea şi reacţia de răspuns la acesta. Sistemul comun de semnificaţii este, în ultimă instanţă, o "negociere" şi o punere de acord a universurilor de subiectivităţi ale actorilor comunicării. În plus, limba nu are numai semnificaţia unui mijloc de comunicare, ci este, în acelaşi timp, un produs cultural dinamic, de civilizaţie, purtătoare de simboluri sociale, liant spiritual pentru o naţiune şi, totodată, teren de competiţie între diferite „subculturi" care o utilizează. Limba este produsul unei identităţi culturale.

Expresia utilizată uneori "nu vorbim aceeaşi limbă" reflectă atât faptul că rămâne totdeauna "ceva" incomunicabil, cât şi ideea că sistemul de semnificaţii şi coduri comune nu s-a constituit încă, deşi indivizii vorbesc aceeaşi limbă şi cu atât mai frecvent dacă vorbesc limbi diferite, cunoaşte unul dintre interlocutori limba celuilalt sau ambii cunosc o a treia limbă de comunicare.

Se constată, totodată, că în cadrul seminariilor multinaţionale (sau întâlnirilor interpersonale) se acceptă mutual o limbă "dominantă" în care se vorbeşte majoritar şi care se traduce în celelalte limbi.

În cadrul multor întâlniri internaţionale cu grupuri mai mari de conaţionali, "medierea lingvistică" dintre participanţi devine o "afacere de grup", în sensul că se asigură traducerea, când este cazul, de către voluntari, în mod alternativ, situaţie care dă o stare de confort psihologic şi transparenţă socială (fapt mai puţin observat în cazul "translatorilor - interpreţi - comentatori" care folosesc prilejul traducerii pentru a face remarci, critici, asociaţii de idei, "decodări" ale mesajului vorbitorului sau chiar pentru a "manipula", cu discreţie, discuţiile).

În general, adoptarea unei singure limbi pentru discuţii marginalizează celelalte grupuri naţionale care, eventual, stăpânesc o limbă pentru discuţiile comune, dar nu suficient pentru a se exprima complex şi nuanţat.

Există o multiplicitate de adevăruri şi valori, fapt care face imposibilă existenţa unor adevăruri "mai adevărate" sau valori culturale "mai importante".

Societăţile devin progresiv interculturale nu numai prin schimburi de mesaje şi informaţii, ci, mai ales, prin contacte şi relaţii directe între indivizi concreţi.

Fiecare cultură are un anumit grad de diversitate şi presupune schimburi atât în interiorul său, cât şi în exterior, în mod permanent. Ea schimbă şi se schimbă!

Sporirea permeabilităţii pentru comunicare interculturală şi perceperea "celuilalt" ca un potenţial interlocutor devin condiţii implicite ale stării normale de dialog.

Traducerea (chiar simultană sau consecutivă) afectează vizibil spontaneitatea dialogului, atât prin intervalele de timp care apar între un "emiţător" şi unul sau mai mulţi "destinatari", cât şi prin ezitările, autocenzurile (conştiente sau nu) şi, în general, prin efectul de "filtru" al traducerii. Situaţiile mai evidente de limite ale traducerii şi comunicării sunt mesajele care provoacă, de exemplu, râsul, întristarea, zâmbetul etc. şi care nu pot fi pe deplin "traduse/interpretate" pentru a provoca aceleaşi stări psihoafective, oricât de adaptată la context ar fi o traducere; istoriile personale diferite peste care se suprapun mesajele nu pot provoca decât trăiri aproximativ echivalente sau chiar diferite.

Gradul de implicare în comunicare a membrilor unei întâlniri multinaţionale depinde inevitabil şi în mare măsură (dincolo nivelul de informare, de unele trăsături temperamental-comportamentale) de stăpânirea deplină sau nu a unei alte limbi de dialog.

Participanţii la reuniuni au scopul de a transforma modul şi conţinutul schimburilor interculturale, transformându-se ei înşişi, în timp, comportamental, psihoafectiv, etico-moral etc., în fond, se "provoacă" situaţii de "învăţare interculturală".

Comunicarea interculturală este ambivalentă, mai ales la debutul procesului, oscilând între deschidere şi refuz al comunicării, între sentimentul de apartenenţă la un "grup referenţial" şi dorinţa de contacte cu cei care aparţin altor grupuri, între atitudini pozitive şi negative, între progres şi regres, şi generând, uneori, fenomene de etnocentrism - dar nu de xenofobie - ca reflex al prejudecăţilor, imaginilor, reprezentărilor şi stereotipurilor social vehiculate, mai ales, atunci când indivizii preiau aceste imagini "gata făcute" şi nu şi le construiesc sau reconstruiesc singuri. De pildă, atitudinea şi "imaginea" celorlalţi despre români şi problemele lor, nu este rezultatul, în toate cazurile, a unor constatări directe, ci doar "receptarea" majoritară a unor imagini gata construite şi vehiculate de media sau de persoane cu o mai mare putere de persuasiune.

Stereotipurile sunt "avantajoase" pentru indivizi din motive de "comoditate" intelectuală şi informaţională, iar pentru naţiuni sunt justificatoare ale raporturilor politice care se practică.

Cu toate că au crescut semnificativ schimburile de persoane între ţări, nu în egală măsură au sporit amploarea şi profunzimea comunicării interculturale din cauza video-camerei, pliantelor, albumelor şi aparatului foto care oferă "de-a gata" bunuri de consum în conformitate cu aşteptările tuturor categoriilor de persoane / turişti: dansuri tradiţionale şi

coliere de flori în Tahiti, turnul Eiffel din Paris, mănăstirile din nordul Moldovei în România, zidul chinezesc, ceardaş şi vin de Tokai în Ungaria, esenţă de trandafiri în Bulgaria, lupte cu tauri în Spania, pizza şi turnul înclinat din Pisa în Italia, ceai şi umbrele la Londra, piramide în Egipt etc. etc.

Surprinzător în comunicarea interculturală este faptul că acest proces presupune simultan autodelimitarea de "celălalt", dar şi perceperea lui ca asemănător sau identic cu tine.

Comunicarea interculturală ca şi "seducerea partenerului" are un ritual, etape şi reguli, norme şi "libertăţi".

La început, grupurile multinaţionale, în ciuda unor reale eforturi de deschidere şi acceptare a "celorlalţi", se (re)găsesc tot "solitare", iar procesul de comunicare interculturală este superficial, relativ rigid şi schematic, plin de banalităţi şi locuri comune; diferenţele notabile ţin mai ales de nivelul intelectual şi cultural al indivizilor, de trăsăturile de temperament sau de personalitate sau de apartenenţa lor la alte categorii de identificare - profesie, vârstă, sex, religie etc. - decât cea naţională.

Vagile sentimente de insecuritate, blocaje, emoţii şi reacţii de apărare sunt contraproductive comunicării interculturale. "Ritualul" descarcă aceste tensiuni, reduce, relaxează şi favorizează comunicarea interculturală. O masă servită împreună, o călătorie, îndeplinirea unor sarcini în comun cu oferirea de prilejuri pentru fiecare participant de a se exprima ca purtător al mesajului propriu şi nu al grupului de proveniență, răspunzând astfel nevoii fiecăruia de a se diferenţia şi afirma, pot fi ocazii excelente de dezamorsare a tensiunii ascunse, inconştiente şi refulate. În acest sens, se poate vorbi de o veritabilă "pedagogie a întâlnirilor internaţionale". Un asemenea demers pare extrem de dificil de conturat pentru că fiecare sistem naţional de educaţie are anumite caracteristici şi fundamente psihopedagogice sau socio-culturale şi determinări istorice şi politice.

Cristalizarea diferită a sentimentului identităţii culturale şi naţionale ţine de istoria personală a fiecărui individ, de "fantasme inconştiente" şi interacţiunea cu alte identităţi naţionale; identitatea se rezumă - simplificând la maxim lucrurile - la ceea ce este resimţit în comun ca asemănător de un anumit grup de indivizi.

Cultura şi schimbul de informaţii cu "alţii" este o cale esenţială de diminuare a neînţelegerii şi de corectare a stereotipurilor de evaluare a "celuilalt", fiind, în acelaşi timp, un mijloc real de îmbogăţire a cunoştinţelor şi de conturare mai realistă a identităţii unui individ. În acest sens, ar fi interesant de evaluat care sunt efectele comunicării interculturale: scade tensiunea, se reduce numărul stereotipurilor şi prejudecăţilor, creşte deschiderea spre ceilalţi, sporeşte toleranţa etc.?

Cultura nu poate rămâne cantonată într-un anumit teritoriu; nu are şi nu trebuie să i se impună frontiere, precum naţiunilor; aceasta este o sinteză de experienţe spirituale, realizată prin intercomunicare, într-un context social, istoric şi economic, care se îmbogăţeşte prin "comerţul" de idei dintre indivizi, grupuri şi popoare. Un proces real de comunicare interculturală acceptă orice discurs sau temă abordată, chiar defavorabilă, critică sau "prea directă".

Caracterul latent al trăirii identității (naționale) este relevat de afirmarea mai intensă a acestuia la "confruntarea" cu o altă identitate, cu toate că anticiparea contactelor și primele reacții sunt mai degrabă favorabile și înclinate chiar spre negarea forței acesteia de a trezi reacții adverse. Mediul de proveniență a participanților, orientarea și nivelul lor de cultură vor influența, amortizând sau acutizând reacțiile membrilor grupurilor plurinaționale, deturnând, amânând sau chiar inhibând comportamentele reacționale la confruntări inter-identități (naționale). Se pornește de la noțiunile de "colegi", membri, camarazi etc., dar, adesea, se recurge și la identificarea prin noțiunea de "francezi", "spanioli", "grupul român", "esticii", "vesticii", balcanicii, nordicii, "cei din lumea a doua" etc. făcându-se apel atât la stereotipuri și reprezentări pozitive, cât și negative.

Cunoașterea identității "celuilalt" cât și a celei personale (dar văzute de alții) trece prin această etapă de afirmare a imaginilor și clișeelor în care aproape oricine cu greu se recunoaște și acceptă că ar putea fi văzut și astfel.

Aproape fiecare individ, la contactul cu alte identități naționale, caută să-și "construiască" sau "reconstruiască" în ochii "celuilalt" o nouă identitate (în opoziție relativă cu stereotipurile percepute a le avea ceilalți despre sine), vrea să se asigure și caută, totodată, *feedback*-uri pozitive care să-i confirme "noua identitate" ("Îți place ..., nu-i așa că-i interesant ... orașul, peisajul, oamenii, obiceiurile, bucătăria, vinurile etc. din țara mea?), în consens, cu imaginea ideală și subiectivă despre identitatea sa națională.

Acest proces de "reevaluare pozitivă" cu greu este transferat (ca mecanism psihologic autorecunoscut) și asupra celorlalți. Este dificil de a-i judeca pe "ceilalți" prin ei înșiși și nu prin noi înșine, de a-i accepta ca atare, așa cum sunt ei în mod spontan.

Chiar la nivelul comportamentelor de relaționare interindividuală sau de comunicare interculturală, individul acționează, desigur, în conformitate cu imaginea sa despre "ceilalți" și, deci, simțindu-se "obligat" să-și asume roluri și responsabilități, în fapt minimal justificate.

Pe de altă parte, fiecare individ trăiește în străinătate un sentiment mai puternic de libertate (regulile sociale nu sunt "ale lui"), la contactul cu "străinii", este mai expansiv social decât în mediul său tradițional, de care-i este și dor (ca sentiment de apartenență la o comunitate), dar și de insecuritate relativă; în plus, relațiile amicale, de simpatie reciprocă între persoanele ce aparțin unor identități naționale diferite, duc la dispariția sau reducerea puternică a barierelor și prejudecăților, la creșterea accentuată a adeziunii sale la problemele celuilalt, la acceptarea lui, în primul rând, ca entitate umană și apoi ca purtător al unei anumite identități, diferită de a sa.

Dar nu numai diferențele marcante în materie de valori culturale considerate importante de fiecare individ aparținând unei anumite identități naționale antrenează comportamente, reacții și ierarhizări discriminatorii din cauza stereotipurilor și reprezentărilor vehiculate social, ci și diferențele fizice, lingvistice, obiceiurile culinare sau vestimentația etc.

Ambianța și activitățile agreabile ale unei întâlniri internaționale sunt importante, dar nu hotărâtoare în a diminua "starea de confruntare" inter-grupuri naționale; fiecare grup are

tendința de a se compara cu "celelalte", autovalorizându-se, accentuând diferențele, nuanțând asemănările şi asimilând-le sau chiar ignorându-le calitățile.

Un străin va fi "evaluat" cu atât mai schematic, superficial, simplist şi utilizându-se cele mai neașteptate şi contradictorii reprezentări sociale, cu cât este mai puțin cunoscut.

Membrii unui grup național sunt - cel puțin la început - percepuți ca fiind mai mult asemănători decât diferiți, când de fapt, uneori, ei se aseamănă, în anumite privințe, mai mult cu alții din alte grupuri (ca profesie, temperament, nivel de cultură, gen, religie, opinii politice etc.), decât cu unii dintre compatrioții săi.

În timp, indivizii tind, ca în grupurile plurinaționale, să se grupeze, treptat, pe alte criterii decât cel de a aparține aceleiaşi națiuni (de exemplu: ocupații profesionale, *hobby*-uri, preferințe gastronomice etc.).

Considerațiile de mai sus pot da o imagine asupra dificultăților şi atenției particulare ce trebuie acordate informării, consilierii şi orientării persoanelor care provin din alte contexte culturale şi medii socio-economice, diferite față de cel al consilierului sau populației majoritare şi în care acestea doresc să se integreze.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## 5.3. Etică şi deontologie în consilierea la distanţă prin telefon

**Mihai JIGĂU**

*România*

**Preambul**

Consilierii care lucrează în domeniul **Consilierii la Distanţă prin Telefon (CDT)** sunt persoane cu o pregătire profesională specifică (inclusiv cu stagii de specializare în acest domeniu) ce-şi propun să sprijine clienţii care le solicită servicii de informare, consiliere şi orientare pentru luarea unor decizii personale, pentru a le facilita opţiunea către o anumită alternativă mai avantajoasă cu privire la educaţie şi formare, pentru rezolvarea unor situaţii de criză. Aceste servicii sunt menite să faciliteze clienţilor buna integrare socială şi profesională.

Acest **Cod etic** are ca scop să-i asigure pe consilierii care acordă servicii de consiliere prin telefon că procedează corect din punct de vedere profesional şi că respectă, în orice situaţie, interesul, demnitatea şi unicitatea clienţilor.

Trebuie precizat că domeniul **consilierii la distanţă** este o aplicaţie a consilierii carierei "clasice", adaptată la cerinţele socio-economice actuale şi la cele dinamice ale clienţilor.

Actul consilierii carierei la distanţă poate face apel la: telefon, *e-mail, web site*-uri pe *Internet*, *chat*-uri, forum de discuţii, scrisori trimise prin poştă, conferinţe video si audio, programe *screen touch* şi, prin extensie, materiale tipărite: ghiduri, manuale, pliante.

**Consilierea la distanţă prin telefon** este o dezvoltare suplimentară a consilierii la distanţă care utilizează telefonul ca mijloc specific de realizare a procesului consilierii.

CDT este un demers de consilierea carierei maximal democratic, pentru că nu este impune nici o restricţie sau limitare pentru client: el este cel care decide dacă telefonează sau nu, dacă va continua convorbirea sau dacă oferă date despre sine sau nu etc.

CDT are toate caracteristicile un serviciu telefonic de tip *help line*.

Consilierea la distanţă (inclusiv prin telefon) este un mijloc de a oferi servicii de informare, consiliere şi orientare în alte formă decât faţă în faţă (adică prin comunicare sincronă, în timp şi spaţiu real), prin mijloace tehnice sau prin alte forme de comunicare sincronă sau asincronă, decalată temporal şi spaţial şi, adesea, derulată într-un context non-organizaţional.



BCU ASOCIATIA UNIVERSITY LIBRARY

CDT presupune - cu toate avantajele sale în anumite situații și pentru anumiți clienți - o relativă schematizare a actului consilierii carierei.

**Avantajele** CDT constau, în principal, în:

- operativitatea, promptitudinea, spațiul temporal redus între apariția nevoii de consiliere și rezolvarea situației,
- anonimatul clientului (situație favorabilă clienților anxioși, timizi), "siguranța" clientului în situații neplăcute, posibilitatea de a expune și situațiile mai "delicate", facilitarea învingerii "barierei" de comunicare și de către cei mai emotivi etc.,
- anularea inconvenientelor legate de distanță pentru a comunica cu un consilier (mai ales pentru clienții aflați la distanțe mari de un cabinet de consiliere),
- focalizarea mai precisă a clientului pe problema și nevoile sale (exceptând cazurile de indecizie, criză etc.).

În situația CDT se constată, în principal, următoarele **elemente de dificultate** a consilierii:

- lipsa proximității fizice a participanților (consilier - consiliat),
- "medierea" comunicării prin mijloace tehnice,
- reducerea elementelor de *feedback* al comunicării, imposibilitatea observării clientului și a comportamentelor sale de comunicare (absența comunicării nonverbale, contactului vizual, atitudinilor posturale, gesturilor, mimicii, stilului vestimentar),
- reducerea elementelor paraverbale (ton, ritm, modularea vocii, articulare etc.) pe seama dependenței de condițiile tehnice ale convorbirii, fidelitatea și sensibilitatea microfonului și căștii telefonice,
- dificultatea asigurării confidențialității depline a comunicării cu clientul față de interceptarea acesteia - fortuite sau intenționate - de terțe persoane.

La acestea de mai sus se adaugă unele **dificultăți suplimentare** ale CDT:

- insuficienta alfabetizare funcțională în utilizarea telefonului (în unele cazuri),
- dificultatea comunicării clienților care nu dețin un post telefonic sau mijloace suficiente pentru a utiliza un aparat public sau mobil,
- lipsa de încredere în sine, timiditatea, emotivitatea excesivă, nivelul înalt al stării de criză, bariere morale, dificultăți de vorbire, nivel redus de instruire, cunoașterea insuficientă a limbii majoritare,



BCU IAȘI / OPERA UNIVERSITY LIBRARY

- dificultatea pentru consilier de a identifica rapid nevoilor clientului şi a găsi imediat celei mai bune "soluţii" pentru rezolvarea problemelor acestuia,
- relaţia consilier - client este maximal "impersonală".

Categoriile tipice de **solicitări şi probleme ale clienţilor** pentru CDT vizează:

- informaţii generale despre oferta de educaţie şi formare (cu localizări geografice şi de niveluri diferite de şcolarizare),
- clarificări cu privire la condiţiile, regulile şi standardele de înscriere la diferite forme şi niveluri de educaţie şi formare, de angajare, perfecţionare şi mobilitatea muncii,
- solicitarea de informaţii, consiliere şi orientare cu privire la educaţia şi formarea permanentă şi inserţia socio-profesională,
- obţinerea unui sfat, a unei opinii diferite, externe, dar avizate cu privire la chestiuni legate de sfera educaţiei şi muncii (pentru verificarea deciziei personale),
- obţinerea de informaţii despre iniţiative guvernamentale sau private în domeniul formării şi muncii, despre programele europene şi piaţa muncii,
- solicitarea de informaţii şi evaluări asupra competenţelor lingvistice, informatice, aptitudinale, capacităţilor cerute în anumite situaţii de educaţie, formare şi muncă,
- rezolvarea unor situaţii de criză (conflicte cu părinţii, cu profesorii, colegii, cu autorităţile), anumite "urgenţe" psihologice (depresie, anxietate, tentative suicidare) sau "urgenţe" decizionale (în preajma unor concursuri, examene).

**Categoriile anticipate de clienţi** ai CDT sunt:

- elevi şi studenţi aflaţi în diferite etape de educaţie şi formare profesională,
- tineri absolvenţi ai învăţământului obligatoriu, secundar, superior,
- persoane aflate în căutarea unui loc de muncă în ţară sau străinătate,
- persoane aflate în şomaj care caută un loc de muncă,
- persoane aflate în diferite conjuncturi problematice existenţiale,
- persoane cu handicap, discriminate, marginalizate, defavorizate etc.

BCU IASI CENTRU UNIVERSITAR LIBRARY

## 5.4. Codul etic al consilierii la distanță prin telefon

**Mihai JIGĂU**

*România*

### Clientul

1. Clientul care solicită servicii de **Consiliere la Distanță prin Telefon (CDT)** are dreptul la deplina respectare a demnității, vieții private, la o consiliere oferită cu loialitate şi în consens cu valorile, interesele şi aptitudinile sale.
2. Consilierul trebuie să cunoască toate dispozițiile, legile şi prevederile regulamentare care-l protejează pe client în asemenea situații şi să se asigure că acestea sunt respectate de sine şi terțe persoane.
3. Clientul trebuie asigurat că întreaga convorbire se desfăşoare în deplină siguranță şi confidențialitate (inclusiv față de rudele acestuia) şi datele comunicate sunt în deplină securitate prin grija consilierului. Identitatea clientului va fi în mod strict protejată în orice situație. Consilierul nu-i va cere clientului să se identifice dincolo de nivelul de detaliu pe care acesta-l consideră rezonabil.
4. Clientului i se va comunica dacă există dispozitive de înregistrare a convorbirii (ca efect al unei reguli, proceduri sau recomandări interne ale organizației, de regulă, doar o înregistrare de serviciu / de lucru pentru consemnarea ulterioară a unor date în formă scrisă de către consilier) şi va fi întrebat dacă mai doreşte continuarea convorbirii în această situație.
5. Clientului i se va da la cerere o copie a înregistrării CDT (atunci când conținutul acesteia nu-i este defavorabil).
6. CDT poate fi o consiliere individuală, a unui cuplu sau grup (când condițiile tehnice o permit).
7. Consilierul nu poate fi abandonat în cursul CDT, ignorat, neglijat, tratat cu superficialitate. În situații excepționale se poate cere de către consilier o întreruperea de scurtă durată a convorbirii şi, după rezolvarea problemelor, clientul va fi sunat de consilier.



BCU IASI "CAROL I" UNIVERSITY LIBRARY

8. CDT presupune o interacțiune sincronă și la distanță a clientului cu consilierul.
9. CDT se practică atunci când această modalitate de consiliere la distanță este singura soluție de abordare a problemelor clientului sau este mai convenabilă pentru acesta.
10. Clientul va fi informat asupra costurilor CDT, cât și despre taxele convorbirii în diferite zile ale săptămânii, la diferite ore, făcute de la un post fix sau mobil (și dacă acestea sunt suportate de client sau de organizație).
11. Taxele percepute pentru serviciile de CDT trebuie să fie variabile în funcție de statutul financiar al clientului. Dacă acestea nu pot fi achitate, clientului nu i se va refuza asistența, ci i se va asigura accesul la alte servicii comparabile și la un preț mai redus sau gratuit.
12. Clientului trebuie să i se creeze sau să i să deschidă toate căile și situațiile care-i vor permite să decidă singur, în mod responsabil și în cunoștință de cauză asupra carierei și problemelor sale.
13. Clientul va fi ajutat cu prilejul CDT să-și amelioreze imaginea de sine, să gândească pozitiv, va fi sprijinit să depășească momentele de impas, se vor încuraja atitudinile active față de probleme și depășirea rolului social tradițional de gen.
14. Clientul trebuie asigurat că în tratarea problemelor sale consilierul este imparțial și nu face nici o discriminare legată de vârstă, gen sau orientare sexuală, apartenență etnică, rasă, cultură, opinii politice și religioase, valori, poziție socio-economică, statut marital, starea de handicap etc. Consilierul trebuie să știe și să recunoască faptul că unele diferențe dintre clienți (pe criterii de vârstă, gen, etnie, stări de handicap etc.) cer modalități specifice de acordare a serviciilor de consilierea carierei.
15. Clientul trebuie avertizat despre orice metodă și tehnică nouă utilizată experimental în cursul actului CDT. Acestea nu trebuie să-l tulbure emoțional pe client, să-l descurajeze sau să-i dea speranțe false sau așteptări nerealiste.
16. Clientul trebuie încurajat de consilier să apeleze pentru rezolvarea problemelor sale la sprijinul familiei, profesorilor, prietenilor și instituțiilor publice cu atribuții în acest domeniu.
17. Deciziile clienților nu vor fi influențate de consilier prin exprimarea opoziției sau dezacordului. În situații evident defavorabile clientului, consilierul se va limita la evidențierea duală a avantajelor și dezavantajelor, riscurilor și beneficiilor unei asemenea hotărâri.
18. Fără altă dorință expresă a clientului, pentru a nu prelungi durata convorbirii, consilierul se va limita strict la a oferi informații la obiect, concise, esențiale, comentarii scurte și relevante.

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

19. În cazul în care clientul face confesiuni consilierului care vizează fapte de natură antisocială gravă sau acțiuni periculoase pentru alții sau pentru el însuși (de exemplu, tentative suicidare), consilierul va lua atitudine, le va trata ca urgențe, își va prezenta propriile valori și atitudini sociale dezirabile și va anunța autoritățile în drept să acționeze în aceste cazuri (viol, crimă, boli contagioase grave etc.), familia, părinții etc.

20. Clientul are dreptul la explicații despre rezultatele și interpretarea unor teste sau probe la care a fost supus cu diferite ocazii, dar consilierul se va feri sistematic să emită judecăți cu valoare negativă despre aceste instrumente sau asupra unor aspecte negative ale personalității acestora.

21. Consilierul va recomanda clientului persoane, instituții sau servicii verificate, adecvate și de încredere, atunci când problemele acestuia nu sunt în sfera sa de competență.

22. Atunci când clientul intenționează abandonarea studiilor, renunțarea, izolarea, automarginalizarea socială și profesională, consilierul va pleda convingător pentru ca acesta să beneficieze de oportunitățile de educație și formare inițială și continuă și nu va încuraja astfel de "soluții" și atitudini ale clientului.

## Consilierul

1. Consilierii care practică CDT trebuie să citească, să înțeleagă și să practice prevederile prezentului Cod Etic.

2. Consilierul se va prezenta clientului de fiecare dată cu numele real (sau cel stabilit de organizație ca nume de serviciu) și cu calificarea sa profesională.

3. Consilierul va considera ca prioritară problema imediată a clientului - prezentată în cadrul convorbirii telefonice - și doar ulterior, dacă acesta revine telefonic sau pentru o întrevedere față în față, identificarea altor nevoi ale sale mai largi cu privire la carieră.

4. Consilierul care oferă servicii de CDT trebuie să considere că este etic și onest din partea sa să se autoevalueze și să constate că are funcționale:

   - un anumit set de **cunoștințe de bază și de specialitate** (evaluare psihologică, metode și tehnici de consilierea carierei, cunoașterea personalității, abordări cross-culturale, piața muncii, politici europene cu privire la resursele umane, politici naționale de dezvoltare socio-economică, teorii ale consilierii, educația continuă a adulților, tehnici de lucru în grup, publicitate, lucrul cu comunitatea, psihoterapie, dezvoltarea carierei, managementul informațiilor),



BCU IASI - BIBLIOTECA UNIVERSITARA LIBRARY

- un set de **atitudini** şi **calităţi personale** puse în practică în relaţia cu clienţii (comunicare eficientă, sinceritate, empatie, flexibilitate, transparenţă, respect),
- anumite **deprinderi de lucru** (utilizarea calculatorului etc.).

5. Consilierul va monitoriza în timp dezvoltarea carierei clientului său, atunci când este posibil şi el o cere sau acceptă acest fapt cu prilejul CDT.
6. Consilierul poate pune în relaţie directă clienţii pentru a schimba impresii şi "strategii" de dezvoltarea carierei în anumite situaţii speciale similare, dacă el consideră că acest lucru le este benefic.
7. Consilierul va încuraja clienţii care în cursul conversaţiei telefonice sunt indecişi, reticenţi, frustraţi, neîncrezători în capacitatea personală de a se descurca singuri etc. să revină telefonic sau să apeleze la o întâlnire faţă în faţă.
8. Consilierul va recomanda pentru clienţii care doresc să se autoevalueze sau să-şi contureze prin verificare externă sfera de interese profesionale, programe informatizate interactive (inclusiv *on line*) verificate, direct accesibile şi realiste ca interpretare şi în concordanţă cu nivelul de educaţie al acestora şi relevante pentru interesele lor.
9. Consilierul va evita sistematic să-şi proiecteze sau transfere valorile, preferinţele, interesele sau credinţele sale clientului.
10. Consilierul va sugera clienţilor fără insistenţă, în anumite situaţii, o întrevedere faţă în faţă, dacă se consideră că interesele şi problemele acestora vor fi mai bine rezolvate. Clienţilor trebuie să li se ofere şi alte căi de a contacta consilierul şi a obţine informaţii, pentru consiliere şi orientare (adresa electronică pentru mesaje *e-mail*, adresa poştală pentru scrisori, adrese pentru accesarea *site*-urilor de profil).
11. Consilierul va coopera cu autorităţile, agenţiile, organizaţiile şi persoanele din comunitate care pot sprijini şi acţiona în interesul clienţilor solicitanţi de CDT.
12. Consilierul va acţiona în interesul clienţilor dacă anumite probleme ale acestora sunt prioritare consilierii (starea de sănătate fizică şi psihică, relaţiile cu familia sau autorităţile, probleme economice).
13. Consilierul va căuta să combine în interesul clientului în cadrul CDT, toate avantajele consilierii de tip faţă în faţă cu cele ale serviciilor de consiliere bazate pe *site*-uri *Internet*. (Acestea pot avea, de pildă, inserate butoane *call me* pentru a se primi informaţii suplimentare, personalizate. Unele *site*-uri pot include subprograme care presupun completarea înainte de a telefona a unui chestionar sau CV sumar, care va apărea pe ecranul computerului consilierului în momentul stabilirii legăturii telefonice. În felul acesta, consilierul va putea trece direct la abordarea temei de interes a clientului).

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

14. Interferența consilierului în viața privată a clientului va fi nulă sau minimă şi numai în interesul acestuia şi cu acordul său.

15. Consilierul va îndruma către alți consilieri, persoanele care solicită CDT şi care-i sunt rude, şefi sau subordonați ori rude apropiate ale acestora.

16. Consilierul va evita adoptarea unor explicații asupra cauzalității şi interacțiunii factorilor personalității clientului în conformitate cu o teorie proprie asupra dezvoltării individuale şi dinamicii carierei, ci numai cu teorii unanim acceptate de comunitatea celor de aceeaşi profesie.

17. Consilierul va acționa în cadrul competențelor sale profesionale şi, ori de câte ori este cazul, îşi va recunoaşte limitele de informare şi va apela la alți specialişti din alte domenii, se va informa şi ulterior va oferi informația corectă clientului, asumându-şi responsabilitatea şi consecințele muncii sale.

18. Consilierul va folosi orice prilej pentru propria sa perfecționare profesională specifică actului CDT şi va împărtăşi şi colegilor săi experiența sa prin publicații, comunicări în reuniuni ştiințifice, ale asociațiilor profesionale, în sesiuni de formare continuă etc.

19. Consilierul va cere şi accepta ca propria activitate de CDT să fie evaluată de colegi, persoane cu responsabilități în domeniu, clienți.

20. Consilierul va desfăşura şi o activitate de cercetare ştiințifică şi va valorifica în publicațiile de specialitate concluziile sale utile profesional şi altor consilieri, cu respectarea confidențialității surselor de date şi protejarea vieții private a clienților săi, va căuta să-şi îmbogățească bagajul de cunoştințe, să-şi perfecționeze deprinderile, abilitățile şi aptitudinile lor în domeniu şi va fi implicat activ în viața profesională asociativă în scopul desăvârşirii pregătirii profesionale şi progresul domeniului consilierii carierei.

21. Consilierul care lucrează în domeniul CDT îşi va asuma responsabilitatea profesională şi morală în utilizarea informațiilor pe care le obține - direct sau prin intermediul instrumentelor de lucru - maximal în interesul individului, cu consimțământul său, şi cu asigurarea confidențialității acestor date față de terțe persoane.

22. Consilierul va întocmi rapoarte către decidenții politicii educației şi cei care administrează resursele umane, dacă practica CDT îi oferă argumente semnificative pentru ca aceştia să opereze ameliorări în sistemul legislativ şi în funcționarea organizațiilor şi instituțiilor ofertante de educație şi formare sau în sistemul de protecție socială.

23. Consilierii vor acționa în cadrul asociațiilor profesionale ale domeniului pentru schimbarea Codului etic al CDT, dacă unele prevederi ale acestuia se dovedesc, în timp, inactuale sau defavorabile clienților, practicii consilierii carierei sau prestigiului profesiei.

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

24. În orice situaţie neprevăzută în acest Cod etic al CDT se va acţiona totdeauna în favoarea şi binele clientului şi fără a pricinui, astfel, un rău altcuiva.

## Procesul comunicării

1. În procesul CDT practica curentă va fi cea care presupune permanent respectul pentru opiniile clientului, o relaţie de ascultare activă, politeţea şi onestitatea profesională, indiferent de nivelul de educaţie al clientului, genul, apartenenţa religioasă, politică, orientare sexuală, etnia, rasa, statutul social şi economic, starea de handicap, valorile promovate etc.
2. Comportamentul de comunicare al consilierului cu clientul în cadrul CDT este recomandat a fi cel al unei neutralităţi binevoitoare.
3. Limbajul utilizat de consilier va fi simplu, de impact, confiant, relevant, lămuritor, maximal ţintit pe rezolvarea problemei clientului.
4. Consilierul trebuie să conştientizeze faptul că întrebările sale adresate clientului au o importanţă deosebită pentru derularea convorbirii ulterioare cu acesta, astfel că va utiliza cu precauţie şi raţionalitate întrebări directe, indirecte, ipotetice sau incomplete. Oferirea de răspunsuri adecvate la acelaşi tip de întrebări are, de asemenea, o importanţă particulară.
5. Consilierul trebuie să se adapteze necritic şi rapid în CDT la diferitele stiluri de derulare a convorbirii telefonice promovate de clienţi.
6. În orice situaţie, consilierul ofertant de servicii de CDT îşi va controla cu atenţie tonul vocii, ritmul vorbirii în relaţie cu durata convorbirii, claritatea exprimării, aluziile făcute, se va asigura că înţelege exact sensul mesajelor clientului (utilizând parafraza, sinteza / rezumatul mesajelor sau va pune întrebări de clarificare).
7. Consilierul va căuta să ofere servicii şi pentru clienţi care se exprimă în altă limbă apelând la cunoştinţele sale lingvistice, comutând legătura telefonică la un coleg vorbitor al acelei limbi sau amânând conversaţia până se găseşte o soluţie.
8. Consilierul nu va utiliza în CDT termeni, expresii ştiinţifice sau un argou de neînţeles pentru client, ci va folosi un limbaj adecvat nivelului de înţelegere al acestuia.
9. Consilierul va oferi de fiecare dată un *feedback* pozitiv pentru client, cu efect de întărire a comportamentelor utile acestuia şi dezirabile social.
10. Consilierul va încuraja clientul pentru o convorbire productivă şi cu o finalitate în consens cu aşteptările acestuia.

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## Managementul informațiilor

1. Consilierul va avertiza clientul asupra caracteristicilor informațiilor recomandate (surse, gradul de încredere, consistența acestora, calitatea, lipsa de ambiguitate).
2. Sursele de informare și informațiile oferite clientului, în anumite situații, vor fi comentate, evaluare, interpretate, prelucrate, suplimentate cu alte date și explicații pentru a fi direct, imediat și ușor de utilizat de client.
3. Consilierul va recomanda clienților ca surse de informare numai pe acelea verificate și care sunt ușor și direct accesibile, adecvate nivelului acestuia de instruire, receptare și de alfabetizare funcțională în utilizarea diferitelor tehnologii.
4. Informațiile oferite în cadrul CDT trebuie să fie realiste, adecvate situațiilor concrete în care se află clientul, dar pot să ofere și o provocare sau o perspectivă de dezvoltarea carierei acestuia.
5. Consilierul va urmări ca oferta de informații livrată clientului în urma unei cereri exprese formulate telefonic să răspundă la următoarele cerințe: să-i ofere clientul răspunsul direct, relevant, complet și precis la nevoile sale, să fie în acord cu nivelul său de educație sau alfabetizare funcțională în utilizarea tehnologiilor TIC (dacă sursele sunt pe *Internet*) etc.
6. Sursele de informații indicate clienților trebuie să conțină toate datele de identificare despre autori, instituția emitentă, anul publicării datelor, modul cum aceștia pot fi contactați.
7. Consilierii vor lua măsuri ca serviciile de CDT pentru oferirea de informații să aibă continuitate, stabilitate și standarde de calitate mereu în creștere.
8. Categoriile de servicii de CDT trebuie făcute publice prin cât mai multe mijloace de comunicare, precizându-se obiectivele, tipurile de servicii oferite, aspecte legate de costuri, orar, aspecte tehnice ale stabilirii legăturii telefonice etc. și oricare alte informații care facilitează accesul clienților și sporește vizibilitatea unor astfel de servicii.

## Instituțiile ofertante de consiliere la distanță prin telefon

1. Oferta de servicii de CDT poate veni din partea instituțiilor publice (prin serviciile de informare, consiliere și orientare ale unor rețele ale Ministerului Educației, Ministerului Muncii sau alte inițiative sau programe), private sau alte inițiative ale societății civile. Aceste servicii pot fi gratuite sau plătite. Cu privire la acest aspect, clienții trebuie să fie informați anterior fără nici o ambiguitate.



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

2. Modul concret de apelare telefonică a consilierilor, costurile apelurilor de pe posturi fixe sau mobile etc. şi care sunt instituţiile sau programele ofertante de servicii de CDT trebuie făcute cunoscute clienţilor anterior.
3. Consilierii vor căuta să consolideze prin munca lor prestigiul şi încrederea în profesia de consilier şi în instituţiile în care activează şi oferă servicii de CDT.
4. Consilierii care oferă servicii de CDT în sistem privat vor respecta acelaşi cod etic şi standarde ca cele care funcţionează în instituţiile publice.

## Aspecte tehnice ale consiliere la distanţă prin telefon

1. Consilierul va prezenta în materialele de informare şi publicitate ale serviciului de CDT recomandările şi condiţiile tehnice legate de buna derulare a convorbirii telefonice: tipuri de conexiune, compania de telefoane, caracteristicile aparatului telefonic, post fix sau mobil etc.
2. Dacă va fi solicitat de client, va face aceleaşi precizări pentru cei care nu cunosc recomandările menţionate anterior cu prilejul primei convorbiri.
3. Consilierul va recomanda şi spaţiul sau ambianţa cea mai propice convorbirii, aceste detalii influenţând calitatea sunetului, stabilitatea legăturii telefonice, confortul psihologic al acestei discuţii (de acasă, de la birou, dintr-o cabină telefonică stradală).
4. Consilierul se va asigura că are dotarea tehnică necesară care să-i permită: reglarea intensităţii sunetului, aparatura care să-i permită să scrie sau să manipuleze tastatura calculatorului în timpul convorbirii (*hands free*), instalaţia de înregistrare (dacă regulamentul instituţiei o cere).
5. Ca semn de respect pentru client şi pentru a spori accesibilitatea acestor servicii de CDT, în măsura posibilului, se vor aloca linii telefonice gratuite sau parţial sponsorizate.
6. Consilierii vor explora posibilitatea ca pentru anumite categorii de solicitări ale clienţilor să aloce linii speciale gratuite cu răspunsuri preformulate şi redate de pe o bandă magnetică înregistrată anterior.

## Bibliografie

http://apa.org/ethics

http://ericcass.uncg.edu

http://ncda.org

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

http://www.aac.com/docs/aboutus.html

http://www.acsci.org/standards2.htm

http://www.career.fsu.edu

http://www.career-dev-guidlines.org

http://www.counseling.org/ethicsproc.htm

http://www.iaevg.org

http://www.icg-uk.org

http://www.nbcc.org/depts/ethicsmain.htm

http://www.orientation.qc.ca

OFFER, Marcus; Jim SAMPSON. *Quality in the content and use of information and communications technology in guidance*. In: British Journal of Guidance and Counselling. Vol. 27, No 4, November 1999, pp 501-516.

OFFER, M. S.; Sampson, J. P.; WATTS A. G. *Careers Services: Technology and the Future.* Careers Services Unit Ltd. (CSU), Prospects House, Booth Street East, Manchester M13 9EP, UK, 2001.

TAIT, A. *Face to face and at a distance: the mediation of guidance and counselling through the new technologies*. In: British Juomal of Guidance and Counselling. Vol. 27, nr. 1, 1999. p. 113-122.

WATTS, A. G.; DENT, G. *Let Your Fingers do the Walking: the Use of Telephone Help Lines in Career Information and Guidance*. In: British Journal of Guidance and Counselling, Vol. 30, No. 1, February 2002.

**Au fost consultați prin *e-mail*:** Gareth DENT, Randy MILLER, Marcus OFFER, Peter PLANT, Jim SAMPSON, Anthony WATTS.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## 5.5. AIOSP - Aspecte etice

**AIOSP / IAEVG**

***Asociația Internațională pentru Orientare Școlară și Profesională***

### Preambul

Asociația Internațională pentru Orientare Școlară și Profesională asigură desfășurarea globală a procesului de orientare educațională și profesională, de înaltă calitate, cu profesioniști competenți și recunoscuți, calificați în facilitarea opțiunilor și deciziilor persoanelor de toate vârstele - care anticipează, se pregătesc, se încadrează, fac față și trec cu bine solicitările de pe piața muncii și de la locul de muncă. Misiunea AIOSP, precizată într-un document separat la care se referă standardele etice menționate aici, detaliază numeroase modurile prin care Asociația se eliberează de răspunderile sale, în baza calității profesionale a practicienilor din domeniul orientării în cursul formării și calificării lor; în dezvoltarea și furnizarea metodelor și materialelor pertinente pentru orientarea școlară și profesională pentru persoane cu diferite vârste și în diferite contexte; în activitățile de cercetare și dezvoltare; și cu privire la militarea pentru nevoile de orientare școlară și profesională ale clientului în fața guvernelor și instituțiilor.

Angajamentul membrilor față de misiunea AIOSP - ca organizație profesională preocupată de oferirea unor servicii de calitate, cercetare și susținere cu privire la opțiunile educaționale și profesionale ale persoanei - impune aderarea la un Cod etic public ce ghidează acțiunile practicienilor, asigură criterii de autoevaluare și evaluare de către colegi cu privire la rolul practicianului și informează publicul cu privire la standardele de activitate și comportament profesional. Aceste standarde etice corespund, în esență, cu declarațiile etice ale colegilor din domenii profesionale corelate care, de asemenea, sunt interesați în acordarea de asistență persoanelor care se pregătesc pentru angajare pe piața muncii, formare sau educație. Astfel, standardele etice ale AIOSP, precum cele ale membrilor altor organizații profesionale, științifice și educaționale, sunt menite să sporească valoarea, demnitatea, potențialul și unicitatea acelor persoane cărora membrii AIOSP le oferă servicii de consiliere.

Standardele etice, cum sunt cele ce urmează, identifică esențialul la care trebuie să se raporteze comportamentul etic. Ele nu se pot adresa fiecărui conflict etic pe care membrii AIOSP îl pot întâlni în cadrul țării și culturii lor. Astfel, Standardele etice prezentate mai jos sunt menite să stimuleze desăvârșirea proprie a membrilor AIOSP, în comportamentul lor etic și în crearea de standarde etice locale și regionale, pentru care aceste standarde pot servi ca punct de referință.

BOUNDARY UNIVERSITY LIBRARY

## 5.6. Standarde etice ale AIOSP

*Aprobate de Adunarea Generală a AIOSP, Stockholm, Suedia, 8 august 1995*

### Responsabilități etice față de clienți

1. Membrii AIOSP își asumă obligația de bază de a respecta demnitatea fiecărei persoane căreia îi sunt oferite servicii de orientare școlară și profesională. Această obligație include acceptarea drepturilor individului de a alege liber, de a-și asuma responsabilitatea pentru deciziile luate, de a avea un drum propriu și un traseu de dezvoltare autodeterminat, precum și cu privire la confidențialitatea informațiilor personale. Mai mult, include responsabilitatea consilierului de a fi la curent cu legile și politicile cu referire la drepturile clientului.

2. Membrii AIOSP recunosc obligația de a asigura oportunități egale de orientare școlară și profesională, fără a face discriminări în funcție de statutul social sau educație, gen, rasă, apartenență etnică, apartenență religioasă, orientare sexuală sau handicapul persoanelor.

3. Membrii AIOSP sunt atenți la totalitatea nevoilor clienților (nevoi educaționale, profesionale, personale și sociale) deoarece trebuie să interacționeze pentru a planifica sau îmbunătăți educația și formarea, profesia și cariera și ar trebui să-i recomande pe clienți experților relevanți, în cazul în care propria lor competență nu vine în întâmpinarea nevoilor clientului.

4. Membrii AIOSP informează clienții, în scris sau verbal, cu privire la scopurile, obiectivele, tehnicile, politicile și standardele etice prin care este asigurată orientarea școlară și profesională, condițiile în care ar putea apărea consultări profesionale cu alți consilieri și constrângeri legale de strategia cu privire la serviciile furnizate. Orice limitări impuse de alte persoane cu privire la confidențialitate vor fi discutate cu clientul înainte de a începe procesul consilierii, pentru a-l pune în poziția de a adopta o poziție personală cu privire la astfel de limite și grade de implicare. Dezvăluirea unor informații confidențiale despre client are nevoie de consimțământul expres al acestuia.

5. Membrii AIOSP îmbunătățesc acțiunile independente ale clientului și de aceea se rețin de la a dicta sau a impune clientului opțiuni, valori, stiluri de viață, planuri sau credințe (de exemplu, vederi generale asupra vieții economice)



BCU IAȘI - TRANSILVANIA UNIVERSITY LIBRARY

care sunt ale consilierului sau ale altora şi nu ţin de orientarea şi perspectiva clientului. Cu toate acestea, în situaţii în care clienţii promovează valori antisociale, periculoase pentru ei sau pentru alţii, ar putea fi necesar ca practicianul să-i transmită clientului care sunt valorile sale profesionale şi în ce măsură el susţine şi promovează convenţiile sociale.

6. Membrii AIOSP furnizează explicaţii cu privire la conţinutul, scopurile şi rezultatele testelor într-o formă şi un limbaj care este pe înţelesul clienţilor. Consilierii utilizează standarde relevante pentru a selecta, administra şi interpreta tehnicile de evaluare. Ei recunosc că tehnicile inovatoare, de exemplu testele pe computer sau programele informatizate de orientare în carieră, reclamă o formare profesională periodică şi o familiarizare continuă cu literatura de specialitate în gestionarea, notarea şi interpretarea rezultatelor.

7. Membrii AIOSP promovează beneficiile pe care clienţii le pot avea în urma utilizării noilor tehnici şi a aplicaţiilor computerizate atunci când acestea sunt garantate de către cercetare şi evaluare. Consilierul / practicianul se asigură că utilizarea aplicaţiilor computerizate sau a altor tehnici sunt potrivite nevoilor clientului, că acesta înţelege cum să folosească tehnica sau procesul în cauză şi că este asigurată asistenţa ulterioară consilierii. Mai mult, membrii AIOSP se asigură că membrii grupurilor sub-reprezentate au acces egal la cele mai bune tehnici existente în tehnologia informaţiei şi la date nondiscriminatorii, actuale şi corecte cu privire la oricare dintre tehnicile utilizate.

8. În punerea în practică a competenţelor profesionale, formării şi experienţei lor faţă de clienţi, precum şi faţă de organizaţiile care solicită consultanţă, membrii AIOSP furnizează informaţii clare, corecte şi relevante şi care nu conţin materiale eronate sau care pot induce clientul în eroare.

9. Membrii AIOSP evită conflictele de interese ce compromit interesele clienţilor atunci când se angajează concurenţial în consilierea individuală a carierei, furnizează servicii în calitate de înlocuitor în cadrul unei scheme de schimb profesional sau ca intermediari pentru instituţii de formare. Când apar potenţiale conflicte de interese, acestea trebuie aduse la cunoştinţa clientului.

10. Membrii AIOSP dau referinţe corespunzătoare atunci când nu mai pot asigura sau continua asistenţa lor profesională.

## Atitudinea faţă de colegi şi asociaţiile profesionale

1. Membrii AIOSP contribuie la dezvoltarea şi întreţinerea relaţiilor de cooperare cu colegii şi administratorii structurilor profesionale, în scopul facilitării furnizării unei orientări educaţionale şi profesionale optime.



BCU IAŞI CENTRALĂ UNIVERSITARĂ LIBRARY

2. Membrii AIOSP sunt responsabili pentru informarea colegilor şi a administratorilor structurilor profesionale cu privire la aspecte ale furnizării de orientare şcolară şi profesională, în conformitate cu principiul confidenţialităţii personale.
3. Membrii AIOSP vor oferi colegilor şi administratorilor structurilor profesionale informaţii corecte, obiective, concise şi relevante cu privire la nevoile şi rezultatele orientării şcolare şi profesionale, în scopuri de evaluare sau de altă natură.
4. Membrii AIOSP cooperează cu colegii lor în implementarea Standardelor etice în procedurile şi practicile de la locurile lor de muncă. Atunci când informarea directă naşte îndoieli cu privire la comportamentul etic al colegilor, aceştia, membri AIOSP sau nu, trebuie să discute astfel de probleme cu colegii sau să utilizeze canalele instituţionale disponibile pentru a rectifica situaţia existentă.
5. În caz de conflict între standardele profesionale etice şi directive sau în cazul lipsei de cooperare din partea unui angajat, membrii AIOSP vor căuta să se consulte direct cu structurile de conducere responsabile cu privire la implicaţiile unor astfel de conflicte şi vor căuta căi de eliminare a acestora.

## Atitudini faţă de structurile guvernamentale şi alte agenţii comunitare

1. În cazul în care acest lucru este necesar, membrii AIOSP vor sprijini şi vor asista activ dezvoltarea de servicii de orientare şcolară şi profesională, oferite corespunzător din punct de vedere etic şi relevante pentru clienţi, în cooperare cu persoane care elaborează politici şi legislaţie şi cu personalul administrativ.
2. Membrii AIOSP cunosc aşteptările practicienilor competenţi din cadrul serviciilor de orientare şcolară şi profesională şi serviciilor de consiliere cu privire la formare şi calificările acceptate şi aduc aceste informaţii la cunoştinţa persoanelor care elaborează politici, persoanelor care elaborează legislaţie sau personalului administrativ.
3. Membrii AIOSP cooperează activ cu agenţiile, organizaţiile şi persoanele din alte instituţii sau din comunitate, astfel încât să vină în întâmpinarea nevoilor clienţilor şi să furnizeze servicii de calitate.

## Responsabilităţi cu privire la cercetare şi alte procese conexe

1. Membrii AIOSP care prezintă capacităţile şi instruirea adecvată sunt conştienţi de responsabilitatea lor în ceea ce priveşte munca de cercetare şi în raportarea rezultatelor, folosind proceduri care sunt în consonanţă cu standardele etice şi



BCU IAŞI - CENTRUL UNIVERSITAR LIBRARY

ştiinţifice ale cercetării din domeniul educaţiei şi psihologiei. Atunci când datele personale cu privire la clienţii acestora sunt utilizate în scopuri statistice, de evaluare, cercetare sau planificare, membrii AIOSP garantează confidenţialitatea identităţii clienţilor.

2. Membrii AIOSP îşi asumă responsabilitatea diseminării capacităţilor, cunoştinţelor şi experienţei lor în vederea dezvoltării şi progresului în domeniul orientării şcolare şi profesionale, cu colegii lor şi cu asociaţii profesionale, aşa cum este AIOSP.

## Responsabilităţile practicianului

1. Membrii AIOSP beneficiază de o formare profesională iniţială şi menţin ritmul în cadrul unui proces continuu de învăţare în domeniul de cunoştinţe şi capacităţi necesare unui practician calificat şi competent în orientare şcolară şi profesională.

2. Membrii AIOSP îşi desfăşoară activitatea în limitele experienţei şi formării lor profesionale şi îşi trimit clienţii la alţi profesionişti, dacă din motive de expertiză nu îi pot asista ei înşişi. Fiecare membru AIOSP acceptă consecinţele activităţii sale profesionale şi va acţiona permanent în limitele aplicării conştiente şi deliberate a principiilor etice.

3. Membrii AIOSP continuă să reflecte în practica lor atât principii umaniste ce susţin un comportament etic, cât şi preocuparea pentru chestiunile politice şi sociale în schimbare, cu implicaţii etice în activitatea lor. Acestea includ întrebări de tipul: Cine sunt clienţii mei (studenţi, muncitori, angajatori, societatea în ansamblu) şi care sunt problemele etice importante în cadrul acestor relaţii? Cum se disting în probleme de etică diferitele forme de intervenţie (consilierea individuală, munca în echipă, programele pentru computer, consultanţa cu conducerea în numele muncitorilor)? Cum ar trebui serviciile de orientare şcolară şi profesională să răspundă etic la tensiunile globale dintre problemele economice şi ecologice din activitatea şi de la locul de muncă al clienţilor?

4. Membrii AIOSP sunt răspunzători de monitorizarea şi menţinerea competenţelor lor profesionale, ca şi de dobândirea periodică a cunoştinţelor profesionale, prin care să demonstreze că ei sunt capabili să asigure servicii competente pentru o varietate de clienţi, diferiţi din punct de vedere cultural, şi să utilizeze efectiv noi teorii şi tehnici de intervenţie, aplicaţii computerizate, precum şi procese de evaluare. Membrii AIOSP vor depune toate eforturile pentru ca să fie la curent cu inovaţiile şi tendinţele în contextul şi cu privire la conţinutul domeniului orientării şi consilierii şcolare şi



BCU "ALEXANDRU IOAN CUZA" UNIVERSITY LIBRARY

profesionale - şi vor proceda astfel ştiind că progresul, experienţele profesionale şi personale trebuie să fie continue de-a lungul carierei fiecăruia.

5. La intervale regulate de timp, membrii AIOSP solicită şi participă la sesiuni de supervizare, prin care să-şi îmbunătăţească anumite capacităţi şi cunoştinţele necesare pentru a demonstra responsabilitatea lor profesională şi pentru a-şi stabili noi obiective în procesul de învăţare continuă.

6. Membrii AIOSP sunt conştienţi de anumite valori şi atitudini proprii, în scopul de a rămâne discreţi şi obiectivi în ajutorul pe care îl oferă clienţilor. Consilierii vor evita orice formă de discriminare şi comportamente stereotipe cu privire la rasă, gen şi vârstă.

7. În cazul în care problemele etice sunt neclare sau ambigue, membrii AIOSP se vor consulta într-o manieră confidenţială cu una dintre asociaţiile profesionale sau cu colegii lor pentru a încerca să clarifice problema sau pentru a dezvolta strategii în scopul rectificării condiţiilor care generează problema. În caz de eşec, practicienii trebuie să-l contacteze direct pe Secretarul General al AIOSP şi să solicite clarificarea problemei, îndrumarea sau să depună o întâmpinare cu privire la o chestiune de etică profesională.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

# 6. REFERINȚE TEORETICE ŞI METODOLOGICE

## 6.1. Dezvoltarea cadrului metodologic al consilierii la distanță

Charlotte METZLER-BURREN

*Elveția*

Proiectul intitulat **"Consilierea la distanță - dezvoltarea unei metodologii de consiliere / inventar de metode pentru consilierea profesională la distanță, inclusiv un ghid de formare"** începe cu o trecere în revistă a teoriilor fundamentale implicate în studierea consilierii profesionale prin telefon. Cercetarea abordează următoarele probleme:

- Ce modele pentru comunicare, consiliere, alegere profesională sau luare de decizii pot forma o bază teoretică potrivită dezvoltării unei metodologii pentru consilierea profesională prin telefon?
- Ce variabile pot fi identificate dintre modelele şi teoriile selectate pentru dezvoltarea unui curriculum de formare continuă a consilierilor carierei?

Mai întâi, această lucrare examinează şi rezumă literatura disponibilă despre consilierea prin telefon şi modelele relevante de comunicare, consiliere, alegere profesională şi procesul de luarea deciziilor. Cum acest studiu este unul teoretic, modelele sunt apoi împărțite în variabile şi comparate în conformitate cu următoarele caracteristici: comunicarea, relația consilier-client, abilitățile de consiliere, comportamentul clientului, opțiunea ocupațională şi luarea deciziilor.

Rezultatele acestei analize critice detaliate arată că un model, în particular, poate servi ca bază teoretică pentru consilierea profesională la distanță. Metoda Informației Structurate (Metoda Integrativă Cognitiv-Afectivă) (Ertelt şi Schulz, 1997) a fost aleasă ca bază pentru dezvoltarea viitoare a unui curriculum de formare, în scopul îmbunătățirii consilierii profesionale prin telefon. Modelul lui Rosenfield pentru comunicarea prin



BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

telefon (1997) şi modelul luării deciziei pentru consilierii prin telefon, al lui Bobevski şi McLennan (1998) completează abordarea lui Ertelt şi Schulz.

Aceste modele sunt utilizate, apoi, pentru a dezvolta o descriere a proceselor de consiliere (pentru consilier) şi luarea deciziilor (pentru client).

### 6.1.1. Introducere

La toate serviciile de consiliere din cadrul parteneriatului şi în afara acestuia, consilierii folosesc telefonul şi alte forme de consiliere la distanţă, pentru a furniza informaţia într-o varietate de opţiuni pentru formare profesională de bază şi continuă. Integrarea culturală şi economică a Europei a creat o nevoie mult mai mare de informaţie şi consiliere pentru cunoaşterea oportunităţilor naţionale, cât şi cele transnaţionale cu privire la educaţie şi ocuparea forţei de muncă. Până acum n-au fost studiate ideile implicite şi explicite ce subliniază informaţia pe care solicitanţii de consiliere o primesc prin telefon sau prin alte forme de consiliere la distanţă. Din cauza lipsei de metodologie, două sau mai multe persoane care aleg un loc de muncă sau o schemă de formare pot primi forme foarte diferite de consiliere şi, posibil, informaţii foarte variate, deşi situaţia lor iniţială poate fi similară.

Studiul prezent este parte a unui proiect pilot din programul de formare profesională Leonardo da Vinci al Uniunii Europene. Programul ţinteşte să ofere formare pentru consilieri prin noi abordări ale informaţiei şi consilierii profesionale. Se speră că o mai eficientă şi bună consiliere va facilita tinerilor accesul la angajare şi formare profesională şi pe plan transnaţional. Aceasta ar asigura oportunităţi egale pentru toţi cei implicaţi şi interesaţi, nu numai cu privire la accesul la consilierea profesională, dar, de asemenea, la pieţele muncii europene şi internaţionale.

Această lucrare are ca scop dezvoltarea unei baze teoretice pentru studierea consilierii profesionale prin telefon.

**Prima secţiune** scoate în evidenţă teoriile şi modelele existente ce pot sta la baza proceselor de informare, consiliere şi alegere profesională care se derulează prin telefon. Modelul lui Rosenfield pentru consilierea prin telefon (1997) este o abordare centrată pe client care ia în considerare trăsăturile distincte ale comunicării prin telefon. Modelele de comunicare arată evenimentele din acest cadru care sunt fundamentale pentru înţelegerea proceselor comunicării umane; acestea, în general, nu oferă, totuşi, indicii despre procesele implicate în consiliere sau alegere profesională.

Modelele de consiliere se centrează pe proces, din perspectiva profesionistului. Următoarele modele vor fi prezentate în această lucrare: **modelul consilierii centrate pe client a lui Rogers** (1951), **metode comportamentale pentru consilierea dezvoltării carierei, terapia comportamentală raţional-emotivă (TCRE) şi terapia directă centrată pe soluţie (TDCS). Metodologia Informaţiei Structurale (MIS) a lui Ertelt**

**şi Schulz** (1997) a fost selectată ca model integrativ. Este un model eclectic ce combină modele de consiliere, alegere profesională şi luarea deciziilor.

Modelele de alegere profesională discutate în această lucrare se concentrează pe procesul alegerii unei cariere. Vor fi discutate numai acele modele care au avut un impact practic semnificativ asupra alegerii carierei. Aceste modele includ: **teoria trăsătură - factor, modelul alegerii carierei - Holland, abordarea dezvoltării carierei prin prisma parcursului vieţii - Super** (1994) şi **modelul lui Krumboltz** (1979).

Modelele de luarea deciziilor se concentrează pe procesul de luarea deciziilor de către client, în general. Modelele descriptive propuse de Janis şi Mann (1977) şi Gottfredson (1996) sunt discutate şi urmate în final, de modelul lui Bobevski şi McLennan (1998), care descrie procesele de luarea deciziilor de către consilier.

**Următoarea secţiune** a acestei lucrări descrie metodele folosite pentru a parcurge literatura prezentată, din perspectiva următoarelor întrebări:

Ce modele de consiliere, alegere profesională, comunicare şi decizie pot fi folosite pentru a studia şi înţelege procesele implicate în consilierea profesională prin telefon?

**Ultima secţiune** este o examinare în amănunţime a teoriilor. Aici, modelele sunt discutate cu privire la următoarele caracteristici: comunicare, relaţia consilier-client, abilităţi de consiliere / comportamentul clientului, alegere profesională şi luarea deciziilor. Această comparaţie arată că Metoda Informaţiei Structurale a lui Ertelt şi Schulz (1997) are cele mai multe de spus referitor la toate caracteristicile menţionate. De aceea, va fi folosită ca bază pentru studierea consilierii profesionale prin telefon. Liniile directoare ale comunicării prin telefon, prezentate de modelul lui Rosenfield (1997) şi de modelul luării deciziilor pentru consilieri, al lui Bobevski şi McLennan (1998) au fost selectate pentru completarea abordării lui Ertelt şi Schulz.

Modelele sunt folosite pentru a elabora două schiţe ale proceselor de consiliere: una din punctul de vedere al clientului şi una din cel al consilierului. Subiectul unor lucrări ulterioare va fi sarcina de folosire a acestor instrumente pentru explorarea consilierii prin telefon. Rezultatele ultimelor studii vor asigura fundamentul pentru dezvoltarea documentaţiei cu privire la metodele şi materialele de formare în domeniul consilierii profesionale prin telefon.

### 6.1.2. Teoriile

În fiecare zi, oamenii care muncesc la birourile de consiliere profesională şi la centrele de informaţii cu privire la carieră folosesc telefonul şi alte forme de consiliere la distanţă pentru a furniza clienţilor informaţii cu privire la formarea profesională de bază şi continuă. Deoarece nu s-a stabilit nici un model sau metodă pentru consilierea profesională prin telefon, acest lucru apare întrucâtva nesistematic. Broşurile şi materialele de formare nu sunt încă disponibile pentru specialiştii nou veniţi sau interesaţi să abordeze acest domeniu.



BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Următorul exemplu din practica zilnică a unui consilier prin telefon ilustrează problema. Dra S îl sună pe consilierul X şi întreabă: "*N-am reuşit nici a doua oară să trec examenul de admitere pentru şcoala profesională Y. De obicei, acest examen poate fi repetat doar o dată. Există o altă şcoală undeva, într-un alt oraş sau district, unde să pot da examenul pentru a treia oară?*"

Pot apărea întrebări şi probleme precum: "*Am dat de cineva care mă poate ajuta?*"; "*Există vreo şcoală în care examenele anterioare să nu conteze?*"; "*Sunt aceste cursuri de formare sau această carieră potrivite pentru mine?*"; "*Ce alternative îmi sunt disponibile?*"; "*Nereuşita la aceste examene mi-a zdruncinat aspiraţiile pentru o carieră. Ce fac acum?*"

Nivelul la care se răspunde acestor întrebări va depinde de teoriile şi tehnicile pe care consilierul le aplică. Consilierul trebuie să ştie cum să încadreze procesul consilierii prin telefon în aşa fel încât clienţii să-şi poată exprima grijile şi aştepta răspunsuri satisfăcătoare. Pentru a face astfel, consilierii trebuie să ştie câte ceva şi despre comunicarea prin telefon, procesele care afectează alegerea ocupaţională şi despre formare, cum aleg indivizii o carieră anume şi cum iau decizii, în general.

Scopul acestui proiect este de a găsi metode de consiliere prin telefon şi de a asigura calitatea consilierii prin telefon, pentru a dezvolta un ghid de formare, instrumente şi noi abordări pentru îmbunătăţirea calităţii consilierii la distanţă.

Această secţiune a lucrării începe cu prezentarea trăsăturilor distinctive ale consilierii prin telefon, urmate de o schiţă a modelelor de comunicare. Astfel, acoperă cele mai relevante teorii din procesul alegerii ocupaţionale: consiliere, alegere profesională şi teoriile de luarea deciziilor. Cele mai importante lucrări în limbile germană şi engleză pe acest subiect alcătuiesc baza lucrării de faţă: *Career Choice and Development*, de Brown şi Brooks (1990), *Beratung in Bildung und Beruf*, de Ertelt şi Schulz (1997), *Berufsberatung als Unterstützung von Übergängen in der beruflichen Entwicklung*, de Busshof (1998) şi *Counselling by Telephone*, de Rosenfield (1997).

### 6.1.2.1. Consilierea prin telefon

Primele *hot line*-uri telefonice au fost stabilite de Samariteni acum patruzeci de ani pentru a preveni sinuciderile. În Elveţia, *Dargebotene Hand* (traducere literală: o mână de ajutor) a oferit servicii de consiliere gratuite oamenilor nevoiaşi, din 1957. Din 1980, consilierea prin telefon a devenit predominantă, nu numai în sectorul caritabil (linii de ajutor şi criză), dar şi în sectorul privat. Rosenfield (1997) citează dorinţa crescândă a indivizilor de a căuta ajutor în afară pentru problemele personale, ca şi îmbunătăţirile în telecomunicaţii şi evoluţia telefoanelor mobile ca motive pentru această creştere. Astăzi, lumea poate vorbi la telefon oricând şi oriunde. În acelaşi timp, metodele de consiliere s-au îmbunătăţit şi formarea pentru consilieri s-a extins. Ca rezultat, consilierea a devenit accesibilă multor oameni.

**Definiția consilierii la distanță**

Rosenfield (1997) definește consilierea prin telefon ca "un serviciu prin care un consilier pregătit pentru aceasta lucrează cu un client sau grup de clienți, prin telefon, pentru a-i/le permite clientului / clienților să-și exploreze starea, problemele sau crizele personale într-o singură sesiune sau într-o relație terapeutică pe termen lung sau continuă". Un solicitant demarează un proces de consiliere sunând la telefon. Solicitantul stabilește ce și cât de mult vrea să spună. Consilierul ajută solicitantul să găsească o soluție problemei sale sau să ajungă la o decizie. Oricum, consilierul nu poate rezolva problema clientului. Intensitatea sau profunzimea sesiunii de consiliere este determinată de tipul problemei vizate, ca și de dorința clientului și a consilierului de a se dedica chestiunii respective. Aceasta poate implica totul, de la a oferi sugestii, la consiliere sau terapie psihologică. Potrivit lui Rosenfield (1997), clienții încep adesea sesiunea cu o întrebare simplă. Dacă un consilier este pregătit și dispus să i se adreseze și să accepte o conversație mai aprofundată, atunci se intră în chestiunea reală, de bază (mai complexă). Această definiție ar trebui să se aplice, de asemenea, tuturor formelor de consiliere la distanță, de exemplu, consiliere prin *e-mail*, prin *portal*-uri sau *chat*-uri pe *Internet*, asistența oferită prin informații pe computer, tot traseul până la asistența pentru angajare (asistență legată de completarea documentelor de candidatură). Orice abordare trebuie să fie compatibilă cu expansiunea continuă a telecomunicației mobile.

**Avantajele consilierii la distanță**

Comparată cu consilierea convențională față în față, consilierea la distanță are avantajul că oricine poate accesa informația și serviciile în același timp, chiar persoanele care se limitează să trăiască în casa lor, trăiesc în zone îndepărtate sau care, din anumite motive, nu vor să viziteze în persoană un oficiu de consiliere. Unii apreciază anonimatul consilierii prin telefon și mulți găsesc că **le înlătură din inhibițiile** cererii ajutorului. Consilierea față în față cere clienților să se aventureze în teritorii străine; este teritoriul consilierului sau al unei instituții. Clienții nu pot încheia sesiunea fără a da câteva explicații. În consilierea la distanță, clientul poate întrerupe sesiunea imediat oricând, fără a i se vedea expresia feței, pur și simplu prin punerea receptorului în furcă. Aceasta înseamnă că orice consilier are mai puțină putere în contextul unei situații de consiliere la distanță. Criticii consilierii profesionale la distanță se plâng că această comunicare este limitată. Ei se tem că pot apărea neînțelegeri din cauza faptului că partenerii de conversație nu au indicii nonverbale care ar putea ajuta la asistarea lor și rezultatul ar fi ineficient, adică o consiliere de calitate slabă.

**Abilități și atitudini necesare consilierii la distanță**

Studiile au arătat că "toți consilierii care au o mai mare experiență prin telefon și care au fost mai buni decât alți consilieri prin telefon, pot lucra cu mai multe și variate probleme ridicate de solicitant și nu se grăbesc să ofere informații doar într-un domeniu. Nu fac evaluări repezite și după aceea acționează numai pe baza acestora." (McLennan, Culkin & Courtney, 1994; parafrazat de Rosenfield, 1997).

Consilierea la distanță nu este fundamental diferită de consilierea față în față, dar are câteva caracteristici speciale ce trebuie luate în considerare. Dincolo de abilitățile generale de consiliere, următoarele componente ale consilierii prin telefon sunt importante (Rosenfield, 1997):

1. **Întâmpinarea clientului**: Când sună pentru prima dată, clienții vor avea nevoie de câteva secunde pentru a procesa diferitele scenarii înainte de a se concentra asupra conversației. Acestea includ:

- "Sună telefonul și nu este ocupat? "
- "Este un robot telefonic sau intră un mesaj electronic?"
- "Am format corect numărul?"
- "Sună, desigur ... ce voi spune?"

De aceea, este recomandabil să lăsați telefonul să sune de trei ori înainte de a răspunde. Aceasta permite participanților să fie pregătiți mental pentru sesiunea de consiliere. Un telefon la care se răspunde repede și se prezintă rapid numele îl poate deruta pe solicitant, încât acesta trebuie să verifice dacă, într-adevăr, a ajuns la persoana sau organizația potrivită. Mesajul de întâmpinare al consilierului trebuie să fie în așa fel spus încât solicitantul să înțeleagă imediat numele instituției și al consilierului. Ritmul vorbirii consilierului, tonul vocii sale și prietenia reprezintă prima impresie a clientului, deci acestea trebuie să fie corespunzătoare situației. Din acest motiv, parteneriatul proiectului include un centru profesional cu propriul său program de calificare pentru agenții centrului. Centrul furnizează informații importante pentru *curriculum*-ul de consiliere la distanță.

2. **Abilitățile de ascultare și reacție**: Consilierea la distanță necesită o abordare mai interactivă decât consilierea față în față. Ascultarea și reacțiile sunt mai intense decât într-o conversație generală prin telefon. O parte din ascultarea consilierului se va concentra asupra a ceea ce nu este exprimat deschis. De aceea, consilierul ar trebui să întrebe direct, să reflecte, să parafrazeze și să rezume. Așa-numitele încurajări minimale sau exprimarea verbală de tipul "mmm", "înțeleg", "continuă" și altele - sunt importante, căci acestea anunță clientul dacă este ascultat de consilier. În consilierea profesională la distanță se poate spune că atenția este focalizată asupra preocupărilor pe care clientul le exprimă deschis. Cu toate acestea, o parte importantă a consilierii profesionale - inclusiv consilierea la distanță - detectează preocupările implicite.

3. **Gestionarea pauzelor în vorbire**: Tăcerile sau pauzele pot apărea când clientul reflectează sau nu ştie cum să procedeze. Este dificil să discerni înţelesul unei tăceri la telefon. Consilierii începători au tendinţa de a întrerupe tăcerea prea repede. Pauzele în vorbire sunt importante. Consilierul ar trebui să pună o întrebare şi să reia dialogul cu o declaraţie pozitivă.

4. **Recunoaşterea şi reacţia la sentimente**: Cum poate un consilier să-şi dea seama de sentimentele clientului, dacă nu există indicii clare precum plânsul sau o voce supărată? Oftatul, pauzele, ezitările atunci când se schimbă subiectul de conversaţie, schimbările din vocea clientului, cum ar fi tonul mai ridicat sau mai jos, staccato sau grăbit, toate indică faptul că acel client trăieşte emoţii privitoare la problema care se discută. Clienţii deseori îşi arată emoţiile şi sentimentele, mai degrabă prin telefon decât ar face-o într-o sesiune faţă în faţă.

5. **Gestionarea proiecţiilor şi transferurilor**: Consilierea prin telefon se pretează mai uşor la proiectări şi presupoziţii, de ambele părţi, deoarece clientul şi consilierul nu se pot vedea. Consilierii trebuie să fie conştienţi de acest risc şi întotdeauna să vadă situaţia clientului din perspectiva acestuia.

6. **Calculul timpului**: Poţi uşor să pierzi noţiunea timpului în timpul unei sesiuni de consiliere prin telefon. După o sesiune lungă, consilierul ar trebui să indice clientului că este timpul să se pună punct. Multe linii telefonice *help line* limitează apelurile la 20 sau 30 minute şi, în practică, durata medie a unui apel este de aproximativ 15 minute.

7. **Stabilirea unei relaţii consilier-client**: Actul fizic al şederii, ţinerea în mână a receptorului şi concentrarea totală asupra conversaţiei măreşte intensitatea contactului. De asemenea, creează o oarecare intimitate paradoxală. Prin telefon, ambele părţi sunt, într-un sens literal gură-la-gură şi, în acelaşi timp, ei sunt fizic separaţi şi nu se văd. Adesea este mai uşor pentru clienţi să vorbească la telefon despre probleme dificile. Ei se pot concentra asupra lor, fără a fi distraşi de altceva. N-au nevoie să vadă adevăratele reacţii sau percepţii ale consilierului şi nu sunt imediat afectaţi de acestea. Cheia dezvoltării unei bune relaţii client-consilier este când clientul se simte preţuit de consilier.

Un client la telefon poate avea nevoie să audă mai multe încurajări decât într-o întâlnire faţă în faţă şi consilierul trebuie să fie atent să nu spună ceva inadecvat, ceea ce ar putea transmite clientului că este vorba de o respingere.

8. **Abilităţi personale şi sociale**: Din moment ce indiciile nonverbale nu sunt disponibile în comunicarea prin telefon, comunicarea verbală devine mult mai importantă. Tonul vocii şi discursul consilierului, ritmul vorbirii sale, accentul şi întrebuinţarea cuvintelor dau imediat clientului o anumită impresie. Vocea unui consilier la telefon trebuie să fie întotdeauna caldă şi prietenoasă. Trebuie să arate şi semne de viaţă şi energie, dar nu peste măsură. Un client va observa chiar şi cea mai mică schimbare în calitatea sau tonul vocii consilierului în timpul unei sesiuni.

9. **Condiţiile de muncă**: Cel mai important este ca un consilier să lucreze într-o încăpere unde este linişte şi unde nu este deranjat. Nivelul înalt al atenţiei şi concentrării asupra ascultării poate face consilierea prin telefon foarte epuizantă. Consilierii ar trebui să

compenseze acest lucru prin pauze frecvente. De asemenea, un computer şi o conectare la *Internet*, ambele în bună stare de funcţionare şi o cască sunt indispensabile pentru echipamentul unui consilier prin telefon.

### 6.1.2.2. Comunicarea

Noi comunicăm cel mai des prin limbaj (Ruppert, 1999). "Limbajul" nu se referă doar la vorbire, ci la toate semnele şi semnalele exprimate şi care conţin un înţeles sau o informaţie. Comunicarea bazată pe limbaj se poate efectua oricând semnele şi semnalele produse de o persoană pot fi percepute şi recunoscute de o altă persoană ca fiind structurate şi semnificative.

**Comunicarea verbală şi nonverbală**

Teoreticienii comunicării disting între limbaj verbal şi nonverbal. Comunicarea verbală se referă la limbajul vorbit. Cu toate acestea, informaţia exprimată nonverbal este considerată baza comunicării. Semnalele nonverbale sunt procesate în regiunile filogenetice mai vechi ale creierului. Ele permit unei persoane să evalueze o situaţie mai rapid decât o fac semnalele verbale. Aceasta se întâmplă fiindcă semnalele verbale trebuie să treacă de mai multe legături neurale din momentul în care sunt percepute până ce sunt înregistrate în regiunea corespunzătoare a creierului.

Semnalele nonverbale care se referă la "limbajul trupului" includ (Ruppert, 1999):

- expresii faciale, ce sunt realizate prin mişcarea muşchilor feţei,
- gesturi, ce sunt mişcări ale braţelor, mâinilor, degetelor, picioarelor,
- înfăţişare, cum ar fi felul hainelor pe care le poartă o persoană,
- poziţionare, cum ar fi proximitatea şi distanţa faţă de interlocutor.

Comunicarea nonverbală nu se dezvăluie atât de uşor controlului conştient, precum expresia verbală. Ca rezultat, mai multă informaţie inconştientă se exprimă nonverbal. Limbajul trupului între doi indivizi spune mai mult despre relaţia lor decât ceea ce vorbesc ei. Indivizii care se înţeleg bine vor avea un contact vizual, fizic, posturi şi poziţii ale mâinilor diferite de cele ale persoanelor care sunt întrucâtva în conflict. Schimbul de informaţii nonverbale defineşte relaţia şi indică diferenţele de *status* şi în lumea muncii. Nu vrem să spunem că semnalele nonverbale sunt întotdeauna clare şi evidente. Dimpotrivă, uşor este ca acestea să fie înţelese greşit.



BCU "LUCIAN BLAGA" CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## Comunicarea prin telefon

Cum nu beneficiază de aportul obişnuitelor semnale nonverbale, consilierea prin telefon depinde, în primul rând, de comunicarea verbală. Din cauză că nici o parte nu o vede pe cealaltă, nici consilierul şi nici clientul nu pot face presupoziţii despre celălalt pe baza felului cum sunt îmbrăcaţi, cum intră în cameră sau ce "spune" limbajul trupului lor (Rosenfield, 1997). În consecinţă, interpretarea frecventelor semnale verbale devine mai importantă. Acestea includ:

- tonul şi modulaţia vocii, articularea,
- discursul, ritmul vorbirii,
- accentul sau dialectul,
- alegerea cuvintelor, registrul,
- pauzele (tăcerile),
- respiraţia, oftatul.

Ambii parteneri de conversaţie folosesc semnalele nonverbale inconştient, pentru a interpreta, evalua şi conduce o conversaţie. Este esenţial ca toţi consilierii să fie conştienţi de posibilele lor efecte.

## Modelul emiţător - receptor

Există variate modele de ilustrare a proceselor de comunicare. În cele mai simple modele de transmisie a comunicării, schimbul dintre emiţător şi receptor este, în principal, o problemă de împărtăşire a informaţiei cu privire la un anumit subiect (Ruppert, 1999). Emiţătorul şi receptorul doresc să-şi exprime şi să înţeleagă mesajele clar. Distorsiunile în comunicare - care pot conduce la dificultăţi de înţelegere şi, din această cauză, împiedică procesul de consiliere - sunt atribuite, în principal, problemelor tehnice din canalul transmisiunii, cum sunt: o legătură telefonică proastă, faptul că unul din parteneri vorbeşte prea încet sau are tulburări de auz / de vorbire.

## Cele două aspecte ale modelului comunicării

Modelul emiţător - receptor explică doar o mică parte a procesului de comunicare. Potrivit lui Watzlawick, Beavin şi Jackson (1975), comunicarea întotdeauna are loc prin doua canale şi ambele au un aspect legat de ***conţinut*** şi un aspect legat de ***relaţie***. De aceea, o conversaţie este mai mult decât un simplu schimb de informaţii. Semnalele



BCU IAŞI - CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

nonverbale, în special, exprimă aspecte variate ale relației dintre interlocutori. Prin telefon, aceste semnale includ zgomote, articulări și modulări ale vocii. La modul ideal, mesajele exprimate atât la nivelul conținutului, cât și al relației, vor corespunde și se vor completa unul pe celălalt. Problemele pot apărea atunci când aceste mesaje nu sunt congruente. De exemplu, când un consilier întâmpină un client, clientul percepe aceasta ca pe o invitație de a vorbi. Dacă, totuși, tonul vocii consilierului sună grăbit, dur sau tăios, clientul imediat va simți că apelul său este nedorit și își va limita solicitarea la minim.

**Modelul celor patru niveluri**

Schulz von Thun (1994) a dezvoltat un model de comunicare chiar mai diferențiat, inspirându-se din Carl Rogers, Alfred Adler, Ruth Cohn, Fritz Perls și Paul Watzlawick. Schulz von Thun descrie procesul comunicării umane în patru niveluri (Ruppert, 1999):

- **nivelul tematic**, **conținutul** sau **chestiunea** care este subiectul comunicării ("Cum stau lucrurile"),
- **autorevelația** și **autoportretizarea** sau ce revelează din ei înșiși, emițătorul și receptorul ("Eu sunt ... "),
- o definiție a **relației** dintre emițător și receptor sau cum se percep ei înșiși (ca fiind egali sau ca fiind unul superior / inferior celuilalt) ("Noi suntem ... "),
- o **chemare la acțiune** sau rezultatul intenționat al comunicării ("Ce vreau de la dumneavoastră... ").

Emițătorul trimite întotdeauna toate cele patru mesaje o dată. Receptorul are patru "urechi" cu care "aude" toate cele patru aspecte ale mesajului emițătorului și poate alege cărui aspect să acorde prioritate.

### 6.1.2.3. Modele de consiliere

În dicționarul psihologic al lui Dorsch, Häcker și Stapf (1991), consilierea este definită ca *"un proces de soluționare a problemelor, modelat de către consilier în concordanță cu o anumită metodologie care susține / optimizează eforturile persoanei ce solicită consiliere și/sau îi îmbunătățește abilitățile de a trata sarcina / problema respectivă. Consilierea are loc într-un mediu de interacțiune socială și de aceea, în sensul cel mai larg, este un proces de comunicare între două persoane (consiliere individuală) sau mai multe persoane (consiliere de grup, consiliere de sistem)".*

Fiecare situație de consiliere este definită de chestiunea respectivă și de conceptele aplicate de către consilier într-o anumită instituție. Nici un text din teoria consilierii nu se aplică, în mod universal.



BCU CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

În timp, abordările din consiliere s-au dezvoltat în variate domenii ale psihologiei consilierii aplicate. Într-o oarecare măsură, aceste abordări au fost şi sunt testate în cercetarea ştiinţifică. Scopurile lor trebuie adaptate pentru a se potrivi dezvoltărilor sociale, politice şi economice şi efectelor pe care acestea le au (Dorsch et al., 1991). Potrivit lui Ertelt şi Schulz (1997), cineva poate presupune că toţi consilierii sunt ghidaţi de modele de teorii şi de comportamente, fie implicit, fie explicit.

Consilierii rareori aderă strict la o singură teorie; în schimb, ei combină modele diferite. Eclectismul poate fi un semn de profesionalism dacă este practicat conştient şi în concordanţă cu cerinţele situaţiei de consiliere. Oricum, Ertelt şi Schulz atrag atenţia asupra *eclectismului nesistematic* (Ertelt şi Schulz, 1997).

Câteva abordări de consiliere sunt bazate pe modelele alegerii ocupaţionale, ce vor fi discutate în continuare. Secţiunea cu privire la modelele de consiliere va schiţa consilierea centrată pe client, metodele cognitiv-comportamentale ale consilierii pentru dezvoltarea carierei, terapia comportamentală raţional-emotivă, terapiile centrate asupra soluţiilor şi metoda informaţiei structurate. Modelele vor fi discutate având în vedere următoarele caracteristici:

1. filozofia şi scopurile consilierii (schiţate pe scurt),
2. stabilirea relaţiei consilier-client şi
3. abilităţile şi tehnicile de consiliere (Corey, 1990, parafrazate în Ertelt şi Schulz, 1997).

O discuţie detaliată a acestor abordări poate fi găsită în publicaţia *Beratung in Bildung und Beruf*, de Ertelt şi Schulz (1997).

### Consilierea centrată pe client

Conceptul lui Carl Rogers de consiliere centrată pe client (1951; parafrazată în Ertelt şi Schulz, 1997) a avut o importantă influenţă asupra întregului domeniu al consilierii. Potrivit acestei abordări, fiecare individ are o înclinaţie spre autodescriere în mod realist.

### Stabilirea relaţiei consilier-client

În interiorul securizat al unei relaţii terapeutice, un client poate da la iveală sentimente ascunse şi poate să-şi îmbunătăţească luciditatea, spontaneitatea, încrederea în sine şi candoarea. Astfel, este de mare importanţă ca să se stabilească de consilier o atmosferă şi o relaţie plăcută cu clientul. Consilierul trebuie să fie sincer, să exprime căldură, empatie şi respect, să aibă un fel de a fi tolerant şi să manifeste un comportament congruent. Într-un astfel de mediu, clientul poate fi asistat către autoexplorare şi ajutat să descopere caracteristici personale, cât şi obstacole în desăvârşirea sa. În consilierea profesională, aceasta ajută clienţii să-şi clarifice conceptele, de care apoi se pot folosi pentru a face alegeri corecte cu privire la carieră.

**Tehnici de consiliere**

Consilierii pot realiza cele descrise mai sus prin aplicarea următoarelor tehnici (Ertelt şi Schulz, 1997):

1. **Încurajarea minimală** pentru ca fiecare client să vorbească, prin semnale nonverbale şi semnale verbale mai puţin supărătoare, ca reacţie la spusele clientului.
2. **Parafrazarea** - clarificarea prin repetare sau reafirmare a conţinutului spuselor clientului. Prin atenţia sa selectivă, consilierul pune în lumină conţinutul obiectiv al declaraţiilor clientului, dându-le o mai mare claritate. Această tehnică este folositoare, în special, în consilierea la distanţă.
3. **Reflectarea sentimentelor clientului,** este strâns legată de exprimarea empatiei şi atenţiei la nevoile clientului. Aceasta include calificarea stării emoţionale curente a clientului, arătându-i atenţie prin adresarea directă pe nume ori prin folosirea pronumelui personal "dumneavoastră". Această tehnică este în special eficace pentru conferirea încrederii şi a demonstrării angajamentului în consilierea la distanţă. Reflectarea asupra situaţiilor de tip "aici şi acum" şi parafrazarea părţilor pe care clientul le-a pronunţat deja pot ajuta la concretizarea acestor eforturi.
4. **Rezumarea non-interpretativă** sau întărirea afirmaţiilor sau comportamentelor clientului este folosită în tentativa de a configura o imagine comprehensivă a sentimentelor şi experienţelor clientului. Consilierul pune în lumină, în retrospectivă, conţinutul important al unei părţi anume din conversaţie. Acest conţinut este, apoi, confirmat sau respins de reacţia clientului. În acest sens, consilierul poate determina cât de bine a reuşit să-şi înţeleagă clientul. Această tehnică este folosită în special în consilierea la distanţă.

Întrebările deschise şi cele închise sunt uneori folosite; totuşi, ele sunt văzute ca o tehnică "directivă" (Ivey şi Authier, 1985; parafrazaţi în Ertelt şi Schulz, 1997). Folosirea materialelor de informare asupra carierei ar trebui să reflecte nevoile şi preferinţele clientului. Asemenea materiale n-ar trebui folosite pentru a influenţa, dirija sau convinge clientul. Clienţii ar trebui pur şi simplu să fie încurajaţi să proceseze informaţiile ei înşişi, de la sursă (*Internet*, presă, angajatori, profesionişti din domeniu). Consilierul ar trebui să fie conştient nu numai de aspectele obiective ale informaţiilor de carieră, dar şi de înţelesul subiectiv pe care îl poate avea informaţia pentru client.

**Metode comportamentale în dezvoltarea carierei**

Consilierea comportamentală este bazată pe principiile învăţării şi are în vedere atât adoptarea cât şi schimbarea unui comportament (Ertelt şi Schulz, 1997). Sunt trei tipuri principale de învăţare şi dezvoltare: condiţionarea clasică, condiţionarea operantă şi terapia cognitiv-comportamentală. În **condiţionarea clasică**, un răspuns necondiţionat (sau reflex) este precedat în mod repetat de un stimul condiţionat care va crea un răspuns

condiționat; stimulul condiționat obține răspunsul necondiționat în absența stimulului natural, necondiționat. În **condiționarea operantă**, procesele întăririi pozitive și negative, pedepsirii și eliminării sunt folosite pentru a modifica anumite comportamente. **Terapia cognitiv-comportamentală** acordă o mai mare importanță proceselor gândirii, atitudinilor și valorilor persoanei. Terapia cognitiv-comportamentală va fi descrisă detaliat în următoarea secțiune.

E de notat că nu există o definiție clară, comprehensivă a consilierii comportamentale.

Spiegler și Guevremont (1993; parafrazați în Ertelt și Schulz, 1997) numesc câteva din presupunerile esențiale pentru consilierea comportamentală. În particular, ei accentuează importanța unui parteneriat bun, cooperativ dintre consilier și client care permite clientului autodeterminare în tratarea preocupărilor sale. Consilierea comportamentală se centrează asupra proceselor comportamentale din cadrul situației de viață curente a clientului. Experiențele de învățare corectivă permit clientului să-și formeze noi abilități și să învețe cum să-și schimbe obiceiurile. Pentru a începe procesul, se stabilește un scop, apoi se aplică o strategie de tratament. În final se evaluează schimbarea realizată. Acest gen de consiliere se centrează pe comportament; consilierii îndeamnă clienții să adopte comportamente specifice, forțându-i să se confrunte cu problemele lor. O parte din acest tip de consiliere implică practicarea unor abilități de succes, jocuri de rol, autoobservare și stabiliri de "teme" active. Modificările comportamentale devin o parte crescândă, importantă a strategiilor de angajare europene. Persoanele solicitante de consiliere și consilierii trebuie să lucreze împreună la dezvoltarea unor planuri de integrare personală (activare, formare de abilități / calificări), planuri de acțiune (de exemplu, în Suedia) și profiluri de abilități individuale. Persoanele solicitante de consiliere trebuie sprijinite să facă independent acești pași, posibil să facă o nouă alegere în carieră, să inițieze o formare profesională de un alt nivel sau să adopte un comportament mai adecvat.

**Stabilirea relației consilier-client**

Consilierii ce folosesc o abordare comportamentală acordă o mare importanță relației consilier-client; totuși, atenția primordială a consilierului este centrată pe tehnicile comportamentale.

**Tehnici și metode de consiliere**

Procesul de învățare în consilierea comportamentală poate fi parcurs în următorii pași (Hasford și De Visser, 1974; parafrazate în Ertelt și Schulz, 1997):

1. **Identificarea problemei:** Consilierul pune întrebări, ascultă și identifică tipuri speciale de comportament.
2. **Stabilirea scopurilor consilierii:** Consilierul sprijină clientul în găsirea și definirea scopului consilierii. Scopul ar trebui să fie măsurabil. Ar trebui să fie clare condițiile în care scopul poate fi atins și ce grad al schimbării poate fi considerat ca fiind un succes.

3. **Observarea şi înregistrarea comportamentului clientului:** După ce s-a stabilit scopul, consilierul trebuie să determine ce comportamente are clientul şi pe care din ele să le întărească sau să le dezvețe.

4. **Strategii de selectare şi aplicare a consilierii:** Se selectează, apoi, strategiile şi metodele adecvate care vor ajuta clientul să-şi atingă scopul. Multe metode sunt bazate pe cele patru principii ale învățării: învățare operantă, învățare prin imitație, învățare emoțională şi învățare cognitivă.

5. **Succesul evaluării:** Este esențial ca eficacitatea metodelor selectate să fie examinată şi evaluată, în conformitate cu scopurile clientului.

Potrivit lui Ertelt şi Schulz (1997), numeroşi consilieri urmează paşii menționați mai sus.

### Terapia comportamentală rațional-emotivă

Terapia comportamentală rațional-emotivă (TCRE sau TRE) a fost dezvoltată de Albert Ellis (1979; parafrazat de Ertelt şi Schulz, 1997) ca o abordare comportamentală cognitiv-emotivă. Potrivit TCRE, disfuncțiile emoționale sau psihologice nu sunt cauzate de un singur eveniment antecedent, ci, mai degrabă, rezultă din atitudini şi percepții individuale. Dezordinile emoționale reprezintă o funcție a gândirii iraționale şi a internalizării cuvintelor, propozițiilor sau declarațiilor negative. Amplificarea unei astfel de situații perpetuează problema.

Conceptul ce stă la baza TCRE este un fel de "ABC". Oamenii au probleme sau deranjamente psihologice deoarece ei reacționează la o experiență frustrantă (eveniment antecedent - A) prin gânduri iraționale sau neadecvate (comportament - B), care le transmit că trebuie să devină confuzi, agitați sau deprimați (consecința - C). Sarcina consilierului este de a ajuta clientul să devină conştient de aceste gânduri internalizate şi să caute noi căi de a gândi situația. Pentru a face acest lucru, consilierii aplică tehnici directive şi confruntări. **Consilierii sunt specialiştii care aplică bunul simț, logica şi evidența empirică.**

### Stabilirea relației consilier-client

Relația client-consilier este importantă în TCRE, dar pentru stabilirea acesteia se alocă, de regulă, puțin timp.

### Tehnici şi metode de consiliere

Abordarea TCRE este activ-directivă, argumentativă şi interogativă. Lucrul cu clienții modifică atitudinile consilierilor pe termen lung, astfel că, uneori, ei folosesc metode dramatice, evocative, cum sunt exercițiile de imaginație, jocuri de rol şi exerciții care ajută la combaterea sentimentelor de inferioritate. TCRE poate fi împărțită în opt etape principale (Ertelt şi Schulz, 1997):

1. **Definirea problemei**: Clienții sunt întrebați direct la ce vor să lucreze mai întâi. Aceasta le dă o idee de cât de țintită și eficientă este TCRE. Tehnica poate fi aplicată și în consilierea la distanță.

2. **Acordul asupra problemei de tratat**: Problemele vag descrise trebuie aduse în atenție prin folosirea exemplelor de zi cu zi. Scopul principal al TCRE este de a schimba pe "C", consecințele emoționale.

3. **Evaluarea consecințelor problemei (C)**: Clienții își văd adesea problemele emoționale într-o lumină negativă, ceea ce poate stânjeni procesul de consiliere. Din acest motiv, consilierii sprijină eforturile clienților de a-și internaliza mai multe gânduri pozitive, de a se imagina pe ei înșiși și modurile în care ar reacționa în ipoteza că ar exista ceva schimbat în sfera lor emoțională.

4. **Evaluarea evenimentului antecedent (A)**: Clienții sunt rugați să identifice exact ce parte a evenimentului antecedent le declanșează gândurile irațională (B).

5. **Informarea prin conectarea consecințelor (B-C)**: Când clienții înțeleg că problemele lor emoționale sunt rezultatul propriilor gânduri, ei pot, cu ajutorul consilierului, să evalueze și să combată gândurile problematice iraționale.

6. **Punerea în practică**: Consilierii aplică tehnicile cognitiv-emotive și comportamentale, inclusiv stabilesc "teme pentru acasă". Acest lucru poate fi folosit în consilierea la distanță.

TCRE nu este doar o teorie sau un model. Este o filozofie care indică faptul că cele mai multe din dereglările persoanelor sunt autoinduse și, deci, reversibile.

### Terapia scurtă centrată pe soluții

Terapia centrată pe soluții s-a dezvoltat din principiile teoriei sistemului. Ea se centrează mai degrabă pe potențialul, punctele tari și resursele clienților decât asupra limitelor, slăbiciunilor sau deficiențelor lor. În loc să analizeze problemele și cauzele lor, consilierii formulează două întrebări:

1. Ce permite problemei să persiste?

2. Cum putem dezvolta soluții?

(De Shazer, 1985; parafrazat de Ertelt și Schulz, 1997).

În aceste situații, consilierii nu trebuie să faciliteze o introspecție pentru a fi de ajutor, după cum introspecția nu conduce neapărat la schimbare. În schimb, sarcina consilierului este de a ajuta clienții să-și recunoască abilitățile. Consilierii nu trebuie să cunoască foarte multe despre problemă. Timpul disponibil limitat în consilierea carierei este mai bine folosit pentru a discuta despre soluții. A schimba perspectiva cuiva asupra unor momente ale trecutului, mai degrabă decât a te centra pe probleme permite clienților să se orienteze

spre experienţele pozitive şi strategiile de întărire ce au funcţionat în trecut. Când sunt invitaţi să determine când anume o problemă *nu* se manifestă, clienţii îşi dau seama că problema poate fi rezolvată. A permite clienţilor să-şi definească propriile obiective este un mod folositor de a-i motiva. Cele mai bune strategii de optimizare vin, de obicei, de la clienţii înşişi. Micile schimbări pot conduce la modificări în mediul de viaţă al unui client iar la rândul lor, pot avea efecte asupra clientului. Soluţiile simple pot adesea fi eficace în remedierea problemelor complexe, cu consecinţe pe termen lung. Concentrarea asupra a ceea ce poate fi făcut şi schimbat ajută clienţii să depăşească frustrarea şi să-şi fixeze obiective.

**Stabilirea relaţiei consilier-client**

În general, terapia centrată pe soluţii cuprinde cinci etape (Miller, 1988; parafrazate de Ertelt şi Schulz, 1997).

**Mai întâi**, consilierul se centrează asupra stabilirii unei relaţii cooperante şi funcţionale cu clientul. Sunt trei tipuri de bază ale relaţiei consilier-client:

- Dacă un client are o problemă sau mai multe, dar n-are nici o speranţă de a realiza schimbarea sau de a găsi o soluţie, el/ea este un "vizitator".
- Dacă un client este capabil să descrie, în detaliu, necazurile şi problemele sale, dar nu poate întreprinde paşii rezolvării problemei, el/ea este un "reclamant".
- Dacă problema este definită şi solicitantul este pregătit să acţioneze pentru rezolvarea ei, el/ea este un "client".

**Tehnici şi metode de consiliere**

În **a doua etapă**, consilierul şi clientul definesc concret scopurile. Acestea trebuie să fie clare şi semnificative pentru client, dar limitate, specifice, concrete şi concentrate asupra comportamentului. Mai mult, scopurile trebuie definite ca un "început", realiste şi realizabile în raport cu resursele clientului.

În **a treia etapă**, consilierul încearcă să-l conducă pe client spre soluţii. Consilierul accentuează faptul că orice client are abilitatea de a schimba situaţia şi că schimbarea este benefică.

În **a patra etapă**, consilierul se retrage din cameră timp de zece minute pentru a dezvolta intervenţii şi soluţii. Consilierul reconstituie situaţia şi procesul de consiliere încă o dată şi decide ce să spună clientului şi ce "temă" să-i dea. Perioada de "reacţii" începe întotdeauna cu laude sau alte remarci pozitive cu privire la activitatea clientului în sesiunea anterioară.

În **a cincea** şi ultima **etapă**, consilierul ajută clientul să-şi consolideze schimbările iniţiate şi să mai lucreze asupra succeselor obţinute în cursul tratamentului, în timpul şi după o sesiune.

Consilierul foloseşte cinci tipuri principale de întrebări ca instrumente de intervenţie:

- Întrebări de pre-sesiune ce îndeamnă clientul să descrie orice schimbări care au avut loc din momentul debutului stării de disconfort până la sesiunea de consiliere.
- O "întrebare miracol" care ajută la identificarea obiectivelor clientului şi la descrierea soluţiilor ipotetice.
- Întrebări de identificare a excepţiei.
- Întrebări de identificare a strategiilor de depăşire a situaţiilor neplăcute folosite de clienţi, în situaţii aparent disperate (adesea trecute cu vederea, dar foarte importante).
- Întrebări care facilitează clientului exprimarea despre lucruri care sunt greu de descris.

Alte tehnici includ reîncadrarea situaţiei respective (situaţia este ilustrată în circumstanţe diferite), sugestii cu privire la comportament şi reguli paradoxale.

**Metoda Informaţiei Structurate (metoda integrativă cognitiv-afectivă)**

Metoda Informaţiei Structurate (MIS) dezvoltată de Ertelt şi Schulz (1997) este o abordare eclectică. Aceasta integrează consilierea şi teoriile de alegere a carierei şi se bazează pe modelul luării deciziilor avansat de către Janis şi Mann (1977). Abordarea MIS ia în considerare situaţii tipice multor servicii de consiliere (de exemplu, insuficienta încadrare cu personal) şi consecinţele acestui fapt, cum ar fi timpul limitat, frecvenţa scăzută a contactelor (adesea numai o singură sesiune), presiunea clienţilor de a rezolva o problemă şi aşteptările mari de la consilier cu privire la diagnostic, expertiza profesională şi piaţa muncii. MIS este un model descriptiv al procesului individual de luarea deciziilor şi modul în care consilierul poate facilita acest proces. O resursă în limba germană, Ertelt, B. J.; Schulz, W. E. (2002). *Handbuch Beratungskompetenz.* Leonberg, Rosenberger, p. 233-297, oferă detalii despre această abordare, cât şi exerciţii practice.

Potrivit lui Ertelt şi Schulz (1997), majoritatea clienţilor care trebuie să folosească serviciile de consiliere în carieră sunt într-o situaţie "extremă", în care trebuie să ia decizii şi să acţioneze, ceea ce este esenţial pentru ca să-şi câştige existenţa. Consecinţele acestor decizii şi acţiuni sunt dificil de prevăzut. Clienţii au nevoie de **informaţii factuale** cu privire la alternative, probabilitatea succesului acestora şi la ce recompense se pot aştepta (Ertelt şi Schulz, 1997). Clienţii au nevoie de **informaţii evaluative**, cum sunt criteriile bazate pe propriile interese, motivaţii, preferinţe, aptitudini şi condiţii de mediu internalizate. În final, au nevoie de **informaţii prescriptive**, informaţii care le spun ce şi cât de multe informaţii factuale şi evaluative să combine şi **în ce mod**.

Ertelt şi Schulz (1997) consideră modelele normative de luarea deciziilor ca fiind nepotrivite pentru explicarea proceselor implicate în luarea deciziilor, deoarece asemenea modele nu iau în considerare un număr de factori. Printre factorii ignoraţi sunt: faptul că abilitatea clientului de a prelua şi procesa informaţia poate fi copleşită de prea multă informaţie; strategii de blocare, conflicte, emoţii ce pot rezulta din excesul de informaţie; ca şi impactul considerabil al coincidenţei totale sau norocului.

Pe de altă parte, un model descriptiv, euristic de luarea deciziei presupune că indivizii folosesc strategii de simplificare şi rezolvă problemele pas cu pas, prin încercare şi eroare, fără a exagera căutarea de informaţii sau a-şi diminua capacitatea de procesare a informaţiilor. Indivizii iau în considerare numai câteva alternative la un anumit moment şi folosesc numai câteva criterii de evaluare a acestor alternative. Mai mult, ei îşi păstrează deciziile deschise cât mai mult posibil pentru a-şi putea permite să ia în considerare mai uşor informaţiile noi.

**Abilităţi de consiliere**

Potrivit lui Ertelt şi Schulz (1997), principala sarcină a consilierului este de a evalua clientul cu privire la poziţia sa în cadrul procesului de soluţionare a problemelor. Consilierul trebuie să fie capabil să evalueze slăbiciunile şi/sau nevoile clientului, referitor la informaţiile factuale, evaluative şi prescriptive; poziţia clientului în cadrul procesului de soluţionare a problemelor; precum şi emoţiile implicate în acel proces.

Teoria Procesării Informaţiei Cognitive (PIC) dezvoltate de Peterson, Sampson, Reardon şi Lenz (1996; citată de Ertelt şi Schulz, 1997) este utilă în acest punct. Aceasta se centrează asupra modului în care consilierii pot ajuta la dezvoltarea carierei solicitanţilor de consiliere pentru a afla lucruri noi cu privire la propria lor personalitate şi despre cariere, abilităţi de luarea deciziilor şi metacunoaştere, în aşa fel încât să ajungă la soluţii sau decizii responsabile, eficace.

Autorii presupun următoarele:

1. Soluţionarea şi luarea deciziilor cu privire la probleme profesionale implică, întotdeauna, procese afective şi cognitive cum sunt frica, dezorientarea, curiozitatea, dezamăgirea şi ambivalenţa.
2. Soluţiile pentru preocupările profesionale ale cuiva vor depinde de disponibilitatea operaţiilor cognitive şi a bazei proprii de cunoştinţe.
3. Dezvoltarea carierei implică o creştere şi o schimbare continuă în structurile de cunoaştere. Autocunoaşterea şi cunoştinţele profesionale creează modele cognitive care continuă să se dezvolte de-a lungul întregii vieţi.
4. Lărgirea abilităţii de a prelua şi procesa informaţia ajută la îmbunătăţirea soluţionării problemelor şi abilităţilor de luarea deciziilor. De aceea, teoria proceselor informaţionale cognitive se centrează pe procesele de stimulare a proceselor de învăţare, cu scopul de a ajuta clienţii să-şi dezvolte capacitatea de

autocunoaştere şi cunoştinţele profesionale, precum şi abilităţile de soluţionare a problemelor, care le permit transformarea informaţiilor în acţiune şi dezvoltarea unor procese mai elaborate de autocontrol.

Procesul de consiliere este un proces de învăţare focalizat pe un scop de consiliere. Rolul clientului este de a învăţa şi utiliza procese informaţionale cognitiv-afective. Consilierul şi clientul determină împreună cum şi în ce măsură să abordeze nevoile informaţionale ale clientului.

**Stabilirea relaţiei consilier-client**

Sarcina principală a consilierului este de a stabili o atmosferă plăcută în relaţia sa cu clientul. Consilierii ar trebui să promoveze independenţa şi motivaţia clienţilor de se ajuta ei înşişi. Ei ar mai trebui să faciliteze procesele de învăţare, chiar şi sub presiunea rezolvării unei probleme. Ertelt şi Schulz (1997) recomandă ca toţi consilierii să posede următoarele caracteristici, pe care Rogers (1951), Carkhuff (1969) şi Egan (1981; toate parafrazate de Ertelt şi Schulz, 1997) le-au considerat, de asemenea, indispensabile:

**empatie, căldură emoţională, sinceritate, respect pentru individ, abordare directă, atenţie selectivă la aspectele pozitive ale clientului, declaraţii concrete şi confruntare, dacă există o discrepanţă în afirmaţiile clientului.**

Comportamentul negociant directiv şi/sau abilitatea de a asigura direcţia procesului de comunicare poate fi şi ea importantă, în unele cazuri. Abilităţile cerute consilierilor includ întregul spectru al abilităţilor directive şi nondirective (Ivey şi Authier, 1985; Ivey, 1994; toate parafrazaţi de Ertelt şi Schulz, 1997).

**Abilităţile nondirective** includ folosirea **adecvată a contactului vizual, controlul limbajului corpului, calitatea vocii şi ritmul vorbirii,** pentru a-i direcţiona atenţia şi a-l **încuraja pe client să vorbească. Ascultarea activă** şi abordarea conţinutului declaraţiilor sunt, de asemenea, esenţiale. Consilierii pot folosi **întrebările deschise** ca să-şi îndemne clienţii să gândească, să promoveze descoperirea de sine şi să-i încurajeze să vorbească mai mult, tot ceea ce îi poate ajuta să descopere abordări noi pentru a acţiona. Întrebările închise, pe de altă parte, limitează clientul la răspunsuri simple de tipul "da" sau "nu" şi plasează mai multă responsabilitate şi iniţiativă în mâinile consilierilor. Când consilierii **parafrazează** afirmaţiile clientului, ei repetă părţile esenţiale ale acestor aserţiuni. Când consilierii **reflectă** sentimentele clienţilor, ei îi ajută pe clienţi să vadă acele sentimente mai clar şi să le accepte mai uşor. **Întărirea pozitivă** îi poate ajuta pe clienţii nesiguri sau indecişi. **Rezumările non-interpretative** pot ajuta la structurarea anumitor părţi ale sesiunii.

**Abilităţile directive** sunt cele pe care consilierii le aplică pentru conducerea conversaţiei şi influenţarea proceselor de învăţare şi rezolvare a problemelor de către clienţi (Ivey, 1983; parafrazat de Ertelt şi Schulz, 1997).

BCU CLUJ / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Mai exact, aceste abilități și tehnici includ:

- furnizarea de instrucțiuni și sugestii,
- identificarea consecințelor logice,
- dezvăluirea unor aspecte despre sine,
- reacții cu privire la modul în care consilierii și/sau alții îl percep pe client,
- interpretarea,
- rezumarea interpretativă,
- oferirea de informații, sfaturi, instrucțiuni și sugestii,
- confruntarea.

**Informația profesională**

Studiile au arătat că, adesea, clienții primesc prea multe informații cărora nu le pot face față adecvat. Potrivit lui Ertelt (1989; parafrazat în Ertelt și Schulz, 1997), acest lucru adesea obturează imaginea clientului cu privire la consilier, reduce abilitatea clientului de a lua decizii și dă naștere, din partea clientului, la o înțelegere fragmentată a informațiilor. Consilierii ar trebui să organizeze sistematic informațiile, ca informații pregătitoare, acompaniatoare și verificatoare. Materialele ilustrative dezvoltate în timpul perioadei de consiliere, precum și informațiile date clienților pentru a fi examinate acasă s-au dovedit foarte eficace pentru învățare. Sistemele de consiliere asistate de computer au devenit, de asemenea, foarte importante.

### 6.1.2.4. Modele ale alegerii ocupaționale

Există nenumărate modele și teorii care explică felul în care și de ce oamenii își aleg propria carieră. Această lucrare va privi numai la acele modele, potrivit lui Brown și Brooks (1994) și Ertelt și Schulz (1997), care au avut un impact în practica actului consilierii profesionale. Acestea sunt: teoria „trăsătură-factor" și modelele dezvoltate de Holland, Super și Krumboltz. Modelul psihodinamic al lui Bordin (1994) nu va fi discutat, deoarece pare prea complex pentru a fi folositor ca bază pentru aceste studii și cele ulterioare. Mai mult, relevanța practică a teoriei lui Bordin este destul de mică. Rolul jucat de teste și interpretările de teste variază în diferitele modele. Ele vor fi menționate pe scurt în această lucrare, dat fiind că acestea nu sunt, în general, necesare pentru consilierea prin telefon. Descrierile de teorii și modele vor fi împărțite în filozofia de bază, relația consilier-client, aplicarea teoriei și tehnicile implicate.

BCU "LUCIAN BLAGA" CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## Teoria trăsătură-factor

Frank Parsons (1909, parafrazat de Brown, 1990) a schițat un model de alegere profesională în trei părți de bază: **analiza personală, analiza locului de muncă** și **potrivirea optimă a indivizilor și locurilor de muncă** de către un consilier profesionist. Analiza personală ajută indivizii să dobândească o înțelegere totală a propriei personalități, incluzând atât punctele forte cât și slăbiciunile lor; ele ar oferi clienților o înțelegere completă a factorilor de succes, mecanismelor de compensare și potențialului lor de dezvoltare în anumite ocupații; și ar mai permite clienților să "aplice *raționalitate autentică* procesului de alegere bazat pe informații disponibile" (Brown, 1990).

Klein și Wiener (1977; parafrazați de Brown 1990) au studiat teoria trăsătură-factor și oferă următoarele concluzii:

1. *Fiecare individ are un set unic de trăsături care pot fi măsurate în mod sigur și valid.*
2. *Ocupațiile cer ca muncitorii să posede anumite trăsături specifice pentru succes, cu toate acestea și un muncitor cu o gamă largă de caracteristici poate avea succes într-un anumit loc de muncă.*
3. *Alegerea unei ocupații este, mai degrabă, un proces liniar și potrivirea este posibilă.*
4. *Cu cât este mai strânsă apropierea dintre caracteristicile personale și cerințele locului de muncă, cu atât mai mare este probabilitatea succesului (productivitate și satisfacție).*

## Stabilirea relației consilier-client

Williamson (1965; parafrazat de Brown și Brooks, 1990) accentuează nevoia pentru o bună relație de consiliere. Totuși, nu oferă o singură regulă generică pentru stabilirea acestei relații. Consilierul joacă un rol activ în colectarea de date, testarea aptitudinilor și prognoză.

## Aplicarea teoriei „trăsătură-factor" în consilierea profesională

Modelul lui Williamson de consiliere (1939, 1964; parafrazat de Brown, 1990) implică un proces în șase etape de analiză, sinteză, diagnoză, prognoză, consiliere și activități ulterioare:

1. **Analiză**: Acest pas este esențial pentru colectarea de date și implică strângerea de informații din toate sursele relevante, incluzând foi matricole, teste, inventare, interviuri, biografii și așa mai departe.



BCU IAȘI/CENTRUL UNIVERSITAR LIBRARY

2. **Sinteză**: Consilierul evaluează apoi şi rezumă datele pentru a determina punctele tari şi slabe ale clientului.

3. **Diagnoză**: Acest pas implică identificarea problemei şi descoperirea cauzelor. Williamson sugerează că sunt patru tipuri ce se repetă în problemele alegerii carierei: 1) **Alegerea incertă** poate fi adesea rezultatul unei alegeri premature, educaţiei insuficiente, slabei autocunoaşteri, înţelegerii nerealiste a lumii muncii, indeciziei şi altor factori personali şi sociali. 2) Motivele pentru care un client n-a făcut **nici o alegere profesională** sunt similare acelora pentru alegeri incerte. Este posibil ca un client să aibă interese dominante în alte domenii decât cariera. 3) O persoană a făcut o **alegere neînţeleaptă a carierei,** atunci când nu sunt semne pentru un eventual succes. 4) Motivele pentru o **discrepanţă între interese şi aptitudini** sunt, de asemenea, similare celor descrise mai sus; în plus, indivizii adesea pur şi simplu au puţine oportunităţi pentru a-şi desăvârşi interesele personale şi pentru a-şi testa aptitudinile în situaţii de viaţă reală.

4. **Prognoză**: O dată ce este făcută o diagnoză, consilierul presimte "rezultatul viitor al ajustării probabile" (Williamson, 1939; citat de Brown, 1990), anume cât de câştigător va fi clientul în eforturile sale de a-şi realiza scopurile.

5. **Consiliere**: Williamson (1939, parafrazat de Brown, 1990) accentuează importanţa stabilirii unei bune relaţii consilier-client pentru luarea unei decizii reuşite. Relaţia client-consilier ar trebui să fie una de prietenie şi respect. Potrivit lui Williamson, dacă un client a făcut o alegere profesională neînţeleaptă, consilierul ar trebui să facă recomandări împotriva alegerii respective şi să sugereze alternative. În plus, el sfătuieşte consilierii să le explice clienţilor unele elemente cu privire la procesul de luarea deciziei şi să insereze inventare de interese şi informaţii cu privire la carieră în şedinţa lor de consiliere. Pentru clientul care n-a făcut nici o alegere profesională, el sugerează "să facă asocieri verbale libere combinate cu sfătuirea directă şi utilizarea inventarelor de interese şi informaţii ocupaţionale" (Williamson 1939, parafrazat de Brown, 1990). Dacă există o discrepanţă între interese şi aptitudini, Williamson recomandă consilierilor să le propună clienţilor domenii conexe ce ar fi mai promiţătoare. Pentru clienţii care au făcut o alegere profesională neînţeleaptă, el sugerează experienţa directă şi contactul cu persoanele ce muncesc în domeniu. Williamson recomandă multiple sesiuni de consiliere şi o varietate de tehnici de specialitate.

6. **Activităţi ulterioare**: Acesta este pasul final al procesului de consiliere, ce implică determinarea faptului dacă au fost obţinute rezultate satisfăcătoare în urma consilierii.

Potrivit lui Ivey şi Authier (1985; parafrazaţi de Ertelt şi Schulz, 1997), consilierea conform teoriei trăsătură-factor este eclectică. Aceleaşi metode nondirective sunt aplicate ca şi în alte abordări de consiliere, incluzând întrebările deschise şi închise, încurajările minimale, parafrazarea, reflectarea sentimentelor clientului şi rezumarea

non-interpretativă. Aceleași tehnici directive sunt, de asemenea, aplicate, cum sunt oferirea de *feedback*, sfatul, instrucțiuni și/sau sugestii, confruntarea, interpretarea, prezentarea consecințelor logice, revelarea a ceva din cineva și rezumările interpretative. Consilierul va vorbi cel mai mult.

Susținătorii consilierii conform teoriei trăsătură-factor văd buna autocunoaștere ca bază a alegerii ocupaționale de succes; de aceea, ei acordă o mare importanță metodelor de autocunoaștere. Inventarele și testele permit clienților să se compare cu grupurile normative din cadrul unui anumit domeniu educațional sau profesional și chiar descoperă interese noi sau mai puțin evidente.

Informațiile de carieră și consiliere ar trebui să ajute clienții să se informeze cu privire la alternative și să le asigure oportunități de testare a realității. Acestea ar trebui, de asemenea, să motiveze clienții să continue să-și adâncească procesul de explorare, să urmărească să-și amendeze alegerile inadecvate cu privire la carieră și să-și continue educația (Williamson, 1939, 1965; parafrazat de Brown, 1990). Ca adaos la informațiile scrise, presa audio și vizuală pot fi folosite în vederea sporirii interesului clienților față de informațiile cu privire la carieră. Williamson mai recomandă clienților să aibă contact direct cu persoane care sunt angajate în cariera respectivă, alături de experiența directă, a muncii practice. Când selectează materiale de informare, consilierii trebuie să le evalueze eficacitatea și eficiența.

**Modelul lui Holland**

Abordarea lui Holland este similară cu teoria trăsătură-factor (1985; parafrazată de Weinrach și Srebalus, 1990), în care fiecare individ caută un mediu de lucru care se potrivește personalității sale. Holland dezvoltă sisteme de clasificare paralele pentru tipurile de personalitate și mediile de lucru. Alegerile reușite cu privire la carieră ar depinde, atunci, de cât de bine se cunosc pe ei înșiși și mediile viitoare de muncă cei care fac alegeri cu privire la carieră. Holland face patru prezumții principale (1985; parafrazat de Weinrach și Srebalus, 1990):

1. "În cultura [occidentală], cele mai multe persoane pot fi categorisite conform unuia din cele șase tipuri de personalități: realist, investigativ, artistic, social, întreprinzător sau convențional". Holland (1985) rafinează această abordare, afirmând că cineva poate evalua indivizii potrivit tipurilor cu care aceștia sunt asemănători în al doilea și în al treilea rând, în plus față de tipul personalității predominante. Acest model a fost folosit în multe țări europene (Polonia, Germania și Elveția) ca bază teoretică pentru testele computerizate cu privire la alegerea carierei.
2. "Există, de asemenea, șase tipuri de medii: realist, investigativ, artistic, social, întreprinzător sau convențional" (Holland, 1985). În cea mai mare parte, fiecare mediu este populat de indivizi cu tipul de personalitate corespunzătoare mediului respectiv.

3. "Oamenii caută medii care să le permită să-şi exercite abilităţile, să-şi exprime atitudinile şi valorile şi să adopte probleme şi roluri agreabile". Potrivit lui Holland (1985), succesul consilierilor în potrivirea cu acurateţe a clienţilor cu carierele depinde de cât de bine se cunosc clienţii, cât de bine îşi cunosc caracteristicile personalităţii şi aşteptările (autocunoaştere), cât de mult cunosc despre cariere (cunoştinţe ocupaţionale) şi în ce măsură sunt capabili să-şi pună ideile în practică.
4. "Comportamentul este determinat de o interacţiune dintre personalitate şi mediu" (Holland, 1985). Cunoscând atât personalitatea, cât şi mediul unei persoane, cineva poate prognoza câteva din consecinţele unei anumite alegeri cu privire la carieră sau la mediu.

Holland a dezvoltat un model hexagonal în care a reprezentat grafic relaţia dintre cele şase tipuri de personalităţi. El a folosit coeficienţi de corelaţie pentru a ilustra diferenţele sau similarităţile relative dintre tipuri. Holland (1985) citează inteligenţa, genul şi clasa socială ca factori suplimentari care influenţează alegerea carierei.

**Aplicarea modelului Holland în consilierea profesională**

Holland a creat şi a revizuit continuu un număr de instrumente pentru a ajuta la descoperirea intereselor profesionale. De asemenea, a dezvoltat un sistem de clasificare a carierelor, pe baza similarităţilor psihologice ale persoanelor care muncesc în acele domenii.

Conform lui Brown (1990, în Brown şi Brooks, 1990), teoria lui Holland a fost dezvoltată dintr-un număr de studii şi cercetări realizate de el şi de colegii săi. Majoritatea propunerilor sale pot fi şi au fost testate şi sprijinite.

**Stabilirea relaţiei consilier-client**

Holland nu oferă nici o sugestie cu privire la modul în care ar trebui derulată sesiunea de consiliere. El vede sarcina sa ca fiind procurarea unui serviciu şi se opune psihologizării inutile a procesului de consiliere (Weinrach şi Srebalus, 1990).

**Abordarea dezvoltării carierei prin prisma întregului parcurs al vieţii**

Super şi-a dezvoltat teoria din psihologia diferenţială, de dezvoltare şi fenomenologică (Super, 1990). În "Modelul Arcadei" cu privire la dezvoltarea carierei, *fundamentele biologico-geografice* ale dezvoltării umane constituie pragul arcadei; *persoana* (caracteristice psihologice) formează coloana stângă şi *societatea* (resursele economice, structurile economice şi instituţiile sociale) care acţionează asupra persoanei şi asupra căreia acţionează persoana, formează coloana dreaptă. Cele două coloane sunt în

interacțiune constantă. Capitelurile coloanelor reprezintă culminarea și integrarea tuturor aspectelor individului și societății. Arcada însăși reprezintă cariera. Fiecare capăt al arcadei semnifică diferite stadii de dezvoltare - din copilărie până la bătrânețe - și include rolul imaginii de sine a individului pentru fiecare stadiu. În timpul fiecărui stadiu, individul va experimenta schimbări specifice în pozițiile și rolurile sale, cum ar fi cele ale copilului, studentului, individului, cetățeanului și muncitorului. Super vede alegerea carierei ca o tentativă de a implementa o (nouă) imagine de sine. Acest lucru solicită individului un anumit nivel de maturitate cu privire la carieră, respectiv o "disponibilitate de a face față sarcinilor de dezvoltare cu care acesta este confruntat, datorită progreselor biologice și sociale și datorită așteptărilor societății cu privire la cei care au atins acel stadiu de dezvoltare" (Super, 1990).

**Procesul de consiliere și abilitățile de consiliere**

Modul în care se desfășoară consilierea depinde de stadiul clientului în dezvoltarea carierei. Din acest motiv, consilierul trebuie, mai întâi, să determine stadiul dezvoltării clientului și maturitatea sa cu privire la carieră. Consilierii utilizează un număr de metode de măsurare și evaluare pentru a obține date obiective (Super, 1990). Super a dezvoltat un sofisticat model de evaluare a consilierii și a dezvoltării, care este descris mai jos într-o formă foarte prescurtată (Super 1990 și Super 1990, în Ertelt și Schulz, 1997):

1. **Avanpremieră și pregătire**: Adunarea datelor la îndemână; interviu; evaluare preliminară.
2. **Evaluare intensivă**: Proeminența muncii; maturitatea în carieră și conceptul despre sine; nivel de abilitate și funcționalitate potențială; interese și activități.
3. **Evaluarea tuturor datelor**: Re-inventarierea tuturor datelor; potrivire și predicție; planificarea comunicării cu clientul și alte persoane relevante.
4. **Consiliere**: Re-examinare și discuție în comun; revizuirea sau acceptarea evaluării; asimilarea de către client; discutarea implicațiilor acțiunii și planificarea viitoarelor acțiuni.

Consilierea ar trebui să promoveze dezvoltarea carierei clientului, ajutându-l să-și clarifice imaginea de sine, să perceapă mai bine și să înțeleagă lumea muncii și să abordeze sarcinile implicate în scopul alegerii unei cariere. Consilierii aplică atât tehnicile directive, cât și cele non-directive. Potrivit lui Super (1957; parafrazat în Ertelt și Schulz), consilierii folosesc o abordare non-directivă atunci când clarifică problema și imaginea de sine a clientului; atunci când reflectează cu privire la sentimentele clientului despre autoacceptare și autoînțelegere, clarificându-le; atunci când explorează atitudinile și sentimentele sale prin confruntarea cu realitatea; și atunci când ia în considerare posibile căi de acțiune. Ei aplică tehnici directive atunci când definesc scopurile explorărilor viitoare; când explorează datele testelor, informațiile profesionale și experiențele; și atunci când aplică toate acestea în practică.

**Stabilirea relației consilier-client**

Sarcina consilierului este de sprijini dezvoltarea clientului. Potrivit lui Super (1990), consilierii pot aplica toate tehnicile psihologice, de la consiliere directivă la terapie. Ca rezultat, se vor aplica, de asemenea, diferite procese de stabilire a unei bune relații cu clientul.

**Abordarea învățării sociale în luarea deciziei cu privire la carieră**

Teoria susținută de Krumboltz (1979) și Krumboltz, Mitchell și Jones (1976) este bazată pe teoria generală a învățării sociale a comportamentului, dezvoltată mai întâi de Bandura (1979). Teoria învățării sociale sugerează că "preferințele educaționale și ocupaționale reprezintă generalizările pe baza autoobservării cu privire la interese, valori și abilități de abordare a unei sarcini, apărute ca rezultate ale diferitelor experiențe de învățare" (Mitchell și Krumboltz, 1990).

Mitchell și Krumboltz susțin că există patru factori care joacă un rol important în luarea unei decizii cu privire la carieră și în planificarea acesteia (Mitchell și Krumboltz, 1990):

1. **Înzestrarea genetică și abilitățile speciale**: Acestea includ calități și abilități care pot fie facilita, fie inhiba dezvoltarea personală (de exemplu: etnicitate, gen, caracteristici fizice și abilitatea de a învăța din anumite experiențe). Se presupune că abilitățile speciale, cum ar fi cele muzicale, talentul artistic și coordonarea musculară, rezultă, în general, din interacțiunea predispozițiilor moștenite cu anumite aspecte ale mediului înconjurător.
2. **Condițiile mediului și evenimentele**: Forțele sociale, culturale, politice și economice au impact asupra luării deciziei cu privire la carieră. Aceste forțe includ numărul și natura oportunităților de formare și de loc de muncă, cerințele pentru a fi admis într-un anumit loc de muncă sau oportunitățile de formare profesională, legislația muncii, recompensele financiare, progrese tehnologice, schimbările în organizarea socială, experiențele de formare și resursele familiale, sistemul educațional și influențele vecinătății și comunității.
3. **Experiențele de învățare**: Fiecare individ are o istorie unică a experiențelor de învățare care influențează traseul ales pentru carieră. Mitchell și Krumboltz (1990) disting între trei tipuri de experiențe de învățare: experiențele instrumentale de învățare, experiențele asociative de învățare (inclusiv condiționarea clasică) și învățarea "mijlocită".
4. **Abilitățile de abordare a sarcinii (sau de rezolvare a problemelor)**: Aceste abilități sunt definite ca abilitățile cognitive și de execuție și seturile mentale (incluzând reacțiile emoționale) cu care un anume individ abordează sarcinile și problemele. Aceste abilități rezultă din interacțiunile între experiențele de învățare, caracteristicile genetice, abilitățile speciale și factori ai mediului.



BCU CLUJ CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Prin interacțiunea acestor patru tipuri de factori de influențare, indivizii trag concluzii despre ei înșiși (prin autoobservare) și despre lumea muncii (viziunea asupra lumii). Aceste convingeri influențează modul în care o persoană abordează învățarea de noi abilități. Ele afectează, de asemenea, aspirațiile și acțiunile unui individ.

Conform lui Mitchell și Krumboltz (1990), fiecare individ face **generalizări de autoobservare**. Aceasta presupune că indivizii observă și își evaluează propriul lor comportament și-l compară cu propriile standarde și/sau atitudinile și abilitățile altora, făcând, apoi, generalizări cu privire la aceste observații. Aceste generalizări de autoobservare sau "autoevaluările" (Busshof, 1998) pot fi divizate în următoarele trei categorii:

- Generalizările de autoobservare cu privire la eficacitatea în efectuarea unor sarcini ("*Sunt bun la matematică*").
- Generalizările de autoobservare cu privire la interese ("*Îmi place să ...*").
- Generalizările de autoobservare cu privire la valori ("*Prestigiul este important pentru mine*").

**Generalizările cu privire la viziunea asupra lumii** sunt experiențele pe care persoanele le au în mediul lor și pe care le folosesc apoi pentru a prezice ce se va întâmpla în viitor, în condiții comparabile. Mitchell și Krumboltz (1990) consideră **abilitățile de soluționare a problemelor și luarea deciziilor cu privire la carieră** de mare relevanță pentru opțiunea ocupațională. Ei le definesc ca abilități cognitive și de execuție și seturi mentale (incluzând reacțiile emoționale) cu care un individ abordează sarcinile și problemele. Conform lui Krumboltz și Baker (1973; parafrazați de Busshof, 1998), următoarele abilități sunt deosebit de importante în luarea deciziilor de carieră:

1. Recunoașterea unei situații decizionale importante.
2. Definirea deciziei sau a sarcinii în mod realist.
3. Examinarea generalizărilor de autoobservare și a celor cu privire la viziunea asupra lumii.
4. Luarea în considerare a mai multor alternative.
5. Strângerea informațiilor necesare despre alternative.
6. Identificarea celor mai demne de încredere, corecte și relevante surse de informare.
7. Planificarea și realizarea acestei succesiuni de șase pași ai comportamentelor de luarea deciziilor.

**Aplicații practice**

Dispozițiile învățate (imagine de sine, viziunea asupra lumii și abordările de rezolvare a problemelor) pot cauza indivizilor dificultăți în a face alegeri ocupaționale. Prin

schimbarea credinţelor disfuncţionale sau incorecte şi învăţarea de noi abordări, persoanele pot depăşi discrepanţele dintre percepţiile lor şi realitate. Consilierii trebuie să examineze imaginile de sine ale clienţilor, în căutarea unor credinţe sau valori în sine. Terapia de restructurare cognitivă poate fi necesară, astfel încât punctele forte ale individului să domine percepţia realistă de sine, iar nu slăbiciunile sale. Aceasta mai poate fi utilă pentru a ajuta la facilitarea siguranţei de sine şi a încrederii care, în schimb, permit individului să ia decizii şi să pună la cale acţiuni. Acest proces de schimbare şi de învăţare de noi credinţe şi gânduri este completat, cel puţin temporar, atunci când persoana este pusă în acord cu mediul din care provine (Krumboltz, 1979; parafrazat în Busshof, 1998).

**Stabilirea relaţiei consilier-client; abilităţi de consiliere**

Înainte de întreprinderea vreunei intervenţii, consilierii trebuie să stabilească o anumită relaţie cu clientul (lucru aproape imposibil în consilierea la distanţă). Apoi, consilierul va discuta cu clientul scopurile consilierii şi mijloacele prin care vor fi realizate acestea. În plus, la interpretarea testelor şi inventarelor, consilierii aplică alte metode pentru a descoperi procesele de gândire ilogică şi denaturată, credinţele disfuncţionale şi generalizările. De exemplu, ei pot folosi gândirea cu voce tare şi exerciţiile de fantazare. Mai pot asculta înregistrări anterioare cu situaţii-problemă şi pot discuta cu clientul emoţiile şi gândurile legate de acele situaţii. Consilierii asigură întărirea pozitivă a acţiunilor şi proceselor de gândire benefice; de asemenea, ajută clientul să-şi dezvolte mai departe abilităţile de rezolvarea problemelor. Consilierii, în general, aplică mai mult metode directive decât nondirective (Mitchell şi Krumboltz, 1990).

### 6.1.2.5. Modele de luarea deciziilor

**Modelele alegerii ocupaţionale** definesc procesul *alegerii unei cariere* bazat pe dispoziţia personală şi preferinţele profesionale ale unui solicitant de consiliere, studiază şi explică procesul *luării deciziilor şi alegerilor,* în general. Brown (1990b) face distincţia între modelele normative (sau prescriptive) de luarea deciziilor şi cele descriptive. Modelele normative descriu cum ar trebui luate deciziile, iar cele descriptive privesc modul cum oamenii iau, în realitate, deciziile. Este comună pentru toate teoriile luării deciziilor importanţa informaţiilor despre alternative şi sistemul de valori al cuiva.

Conform lui Katz, Norris şi Pears (1978, parafrazaţi de Brown, 1990b) fiecare individ trebuie să aibă o înţelegere avansată a sinelui, în particular a valorilor sale, în aşa fel încât informaţiile să poată fi interpretate în conformitate cu acest cadru de referinţă personal. Informaţiile trebuie să furnizeze date în legătură cu rezultatele aşteptate ale unei alegeri a carierei. Ele ar trebui prezentate într-un fel ce va explora toate alternativele posibile.

Modelul de luarea deciziilor ale lui Gottfredson, ca şi cel al lui Janis şi Mann, descrise mai jos, sunt modele descriptive (1964, parafrazate în Brown, 1990b). Modelul aşteptării

al lui Vroom este şi el descriptiv, dar nu va fi discutat aici, căci nu a fost adoptat în întregime în cadrul literaturii germane curente, de consiliere profesională şi de dezvoltare a carierei (Ertelt, Schulz, 1997; Zihlmann, 1998). Modelele normative ale luării deciziilor nu vor fi incluse aici, căci au stimulat prea puţină cercetare în materie (Brown, 1990b). Modelele descriptive ale luării deciziilor se concentrează asupra procesului derulat de client; de aceea, abilităţile de consiliere şi procesul de stabilire a relaţiei consilier-client nu va fi discutat.

**Modelul luării deciziei, al lui Janis şi Mann (modelul conflictual)**

Conform lui Janis şi Mann (1977, parafrazaţi de Brown, 1990b), fiecare decizie personală relevantă este însoţită de forţe conflictuale interne ce nasc presiune şi conflict. *Stress*-ul generat de un astfel de conflict depind de scopurile individului şi de nevoile şi aşteptările asociate cu acestea. Ameninţările şi/sau oportunităţile precipită luarea deciziei. Când toate alternativele dintr-un anumit conflict de luarea deciziei implică (sau sunt percepute ca implicând) riscuri serioase, iar individul îşi pierde speranţa găsirii unei soluţii, individul se va îndrepta spre cea mai puţin problematică alternativă şi va adopta un comportament de evitare defensivă. Dacă, într-o situaţie de conflict serios cu privire la luarea deciziei, individul crede că nu are timp sau mijloace adecvate pentru a găsi o soluţie satisfăcătoare, el/ea va trăi un *stress* sever şi, posibil, va fi ghidat de "hiper-vigilenţă" (comportament de panică, incluzând o atenţie exagerată sau selectivă la informaţii). Dacă un conflict legat de decizie cauzează o anumită stare de *stress* şi există speranţă că va fi găsită o alternativă rezonabilă, individul va face un efort pentru a identifica sau evalua alternative disponibile şi va găsi o soluţie. În plus, la evaluarea situaţiei şi la reacţiile tipice de *stress*, decidenţii aplică tehnica rezolvării problemelor. De exemplu, îşi vor pune o serie de întrebări, precum:

**Prima** - "La ce riscuri mă expun dacă nu schimb nimic?" Dacă răspunsul este "niciunul", atunci nu există nici un motiv de *stress* şi persoana poate continua ca şi înainte de schimbare. Dacă răspunsul este da sau poate, atunci implicarea emoţională a individului şi vigilenţa cognitivă sunt crescute şi individul va începe să caute alternative.

**A doua** - "Sunt riscuri serioase implicate dacă nu-mi schimb comportamentul?" Dacă răspunsul este nu, decidentul alege alternativa (schimbarea), fără a se confrunta cu un conflict. Dacă răspunsul este da sau poate şi anume, dacă atât schimbarea, cât şi lipsa schimbării prezintă riscuri, rezultatul este un *stress* crescând şi vigilenţă chiar mai mare.

**A treia** - "Pot spera, în mod realist, la găsirea unei soluţii mai bune?" Un răspuns negativ la această întrebare poate da naştere la evitarea de conflicte; individul poate renunţa la conflict sau favoriza alternativa cea mai puţin problematică, în ciuda rezervelor posibile. Janis şi Mann (1979, parafrazaţi în Busshof, 1998) descriu acest comportament ca "evitare defensivă".

Dacă răspunsul la a treia întrebare este optimist, apare **a patra** întrebare: "Am timp destul pentru o soluție viabilă?" Dacă răspunsul este "nu", apare *stress*-ul, hiper-vigilența și panica. Dacă răspunsul la a patra întrebare este "da" sau "poate", *stress*-ul scade la un nivel mediu și rezultă circumspecția și vigilența, permițând individului să ajungă la o decizie bună.

Cum **vigilența** conduce la rezultate pozitive cu puțin *stress* post-decizional și la o decizie bună, stabilă, Janis și Mann o văd ca prototipul pentru comportamentul ideal de soluționare a problemelor. O "bună" decizie, potrivit lui Janis și Mann (1979; parafrazați de Busshof, 1998), va include următorii șapte pași:

1. Evaluarea completă a alternativelor.
2. Clarificarea scopurilor și a valorilor legate de acestea.
3. Cântărirea consecințelor pozitive și negative ale fiecărei alternative.
4. Căutarea de informații noi, relevante, pentru evaluarea ulterioară a alternativelor.
5. Colectarea și luarea în considerare, fără părtinire, a noilor informații și/sau opiniilor experților.
6. Re-evaluarea consecințelor tuturor alternativelor, chiar și a acelora considerate inițial inacceptabile.
7. Planificarea implementării alternativelor preferate, acordând atenție specială riscurilor presupuse.

Autorii divid procesul luării deciziilor în cinci etape, care nu trebuie neapărat să urmeze succesiunea de aici:

1. Evaluarea provocării.
2. Generarea și examinarea alternativelor.
3. Luarea obiectivă în considerare și cântărirea informațiilor cu privire la alternative.
4. Luarea unei decizii și planificarea implementării ei.
5. Aderarea la decizie (chiar dacă vor apărea dificultăți în momentul implementării).

Comportamentul vigilent nu implică întotdeauna toate aceste etape; anumite etape sunt adesea parcurse doar superficial. Janis și Mann (1979, parafrazați în Busshof, 1998) atribuie acest lucru comportamentului individului în rezolvarea problemelor. Indivizii preferă un comportament sau altul, ce depinde de nevoile lor, toleranța la *stress* și obiceiurile pe care le au în rezolvarea problemelor. Aceste tendințe pot deveni atât de cimentate, încât inhibă rezolvarea cu succes a problemelor și pot cere terapie. Janis și Mann susțin că decidenții își pun o serie de întrebări care îi ajută să determine ce se va întâmpla dacă se schimbă sau nu se schimbă. Autorii au dezvoltat o abordare sumativă, în care diferitele alternative, avantajele și dezavantajele sunt evaluate în șaisprezece pași.



BCU CLUJ CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Modelul circumscrierii şi al compromisului al lui Gottfredson**

Aspiraţiile cu privire la carieră nu sunt întotdeauna uşor de implementat. Gottfredson (1996, parafrazat de Busshof, 1998) a studiat procesul compromisului făcut în implementarea aspiraţiilor cu privire la cariera cuiva. Gottfredson vede imaginea de sine a unui individ şi aspiraţiile cu privire la cariera sa ca nişte componente centrale în situaţiile de decizie asupra carierei. În numeroase studii, acesta a arătat că procesul compromisului este precedat de un lung proces de îngustare a şirului de alternative acceptabile.

"Zona" de alternative profesionale acceptabile este circumscrisă de trei limite: **limita tolerabilă cu privire la gen, limita tolerabilă cu privire la prestigiu şi limita tolerabilă cu privire la efort.**

Zona alternativelor profesionale acceptabile ţine cont de aşteptările individului cu privire la o implementare de succes şi serveşte ca un cadru de referinţă în timpul procesului alegerii ocupaţionale. Indivizii trebuie să facă un compromis între cele mai preferate alternative şi acele alternative care sunt cele mai accesibile. Gottfredson diferenţiază între gradul de compromis cerut şi nivelul de preocupare personală a individului cu privire la gradul de compromis. Următoarele reguli se aplică procesului de ajungere la un compromis (Busshof, 1998):

1. Importanţa relativă a tipului de gen, prestigiului şi intereselor depinde de severitatea compromisului făcut în opţiunea ocupaţională.
2. Indivizii vor căuta să facă o alegere bună, mai degrabă decât să caute cea mai bună alegere posibilă. Efortul implicat în strângerea şi echilibrarea informaţiilor necesare identificării alegerii optime este, aparent, prea mare.
3. Indivizii vor evita să facă alegeri nesatisfăcătoare prin perseverarea într-o opţiune ne-eficace, prin căutarea unor alternative ulterioare, prin reconsiderarea limitei tolerabile cu privire la efort sau prin amânarea deciziilor sau angajamentelor cât mai mult posibil.
4. Indivizii, cel mai probabil, se acomodează cu compromisul în câmpul muncii (datorită intereselor); este însă mai puţin probabil să se acomodeze cu un nivel nesatisfăcător al prestigiului sau cu o opţiune care forţează limita tolerabilă cu privire la sex (ce le poate submina identitatea de gen).

Rezumând, aspiraţiile profesionale pot fi schimbate (în acord cu elementele imaginii de sine ale cuiva) până ce ele dau naştere unor preferinţe realiste ce conduc, apoi, la o decizie cu privire la carieră.

BCU "ŞTEFAN LIBRARY

## Procesul de luarea deciziilor pentru consilier

Solicitanții de consiliere nu sunt singurii ce trec printr-un proces de luarea deciziilor. Potrivit lui Bobevski şi McLennan (1998), consilierii sunt, de asemenea, angajați într-un proces decizional complex, dinamic. Autorii nu folosesc modelele decizionale clasice, comportamentale, unde cea mai mare parte a cercetărilor este derulată cu studenți ce întreprind sarcini artificiale de laborator. În schimb, Bobevski şi McLennan privesc la situațiile decizionale din viața reală, un domeniu de cercetare investigat de curând. Problemele pe care clienții le prezintă sunt slab structurate, implică inter-relații complexe între mulți factori şi duc lipsă de criterii importante pentru o hotărâre eficace. Consilierii trebuie să caute activ informații adiționale şi să integreze informațiile primite. În acelaşi timp, ei trebuie să decidă în timp real cât de bine să reacționeze la fiecare declarație a clienților. O sesiune de consiliere este dinamică, deoarece deciziile de mai târziu ale unui consilier ce reacționează la afirmațiile clientului se vor baza pe cele anterioare şi pe impactul pe care l-au avut acestea asupra clientului.

Potrivit modelului de autoreglare a luării deciziilor al lui Omodei şi Wearing (1995, citat de Bobevski şi McLennan, 1998), deciziile complexe sunt inițiate de procese motivaționale. Aceste procese generează intenții, emoții specifice, procese de atenție şi decizii care sunt traduse în acțiuni particulare. Indivizii percep aceste acțiuni şi rezultatele lor, care au apoi impact asupra emoțiilor individului; aceste emoții influențează atenția şi procesele decizionale şi generează acțiuni ulterioare. Modelul sugerează că, într-o situație decizională întâmplătoare, decidentul continuă să caute reacții din mediul său şi acționează cu intenția de a restabili întregul control asupra situației. Situația devine problematică atunci când decidentul pierde acel control.

Eficiența într-o situație decizională rezidă în abilitatea decidentului de a controla nu numai resursele sale cognitive şi de atenție, ci şi stările emoționale şi eforturile cognitive motivaționale, în aşa fel încât el/ea să poată acționa eficace. Eşecul de autoreglare va permite intruziunea emoțiilor şi cogniților irelevante sau negative ce pot reduce eficiența acțiunilor decizionale.

Bobevski şi McLennan au folosit modelul lui Omodei şi Wearing (1995, citat de Bobevski şi McLennan, 1998) pentru a derula un studiu ce examinează eficiența consilierii prin telefon. Rezultatele au arătat că nivelurile relativ joase ale implicării emoționale cu clientul sunt corelate cu un nivel înalt de eficiență. Totuşi, toți consilierii au prezentat un foarte înalt nivel al implicării emoționale. Descoperirea sugerează că eficiența crescută nu are nevoie, în mod necesar, să fie asociată cu detaşarea emoțională a consilierului față de solicitant, ci mai degrabă cu un nivel de implicare emoțională corespunzător sarcinii. Acei consilieri care au raportat niveluri foarte înalte de implicare au declarat că ar fi fost mai susceptibili la gânduri perturbatoare sau irelevante privitoare la nevoile clientului.

Impactul negativ al anxietății asupra activității consilierului a fost studiat de mai mulți cercetători. Sarason (1988) a sugerat că anxietatea interferează cu atenția. Eysenck şi

Calvo (1992) au descoperit că anxietatea slăbeşte resursele memoriei. Rezultatele studiului lui Bobevski şi McLennan (1998) sugerează că o sursă majoră de anxietate în timpul unui interviu "poate fi eşecul autoperceput de control eficace al succesiunii progresive a interacţiunilor intenţionate în ajutarea clientului". Autorii evidenţiază faptul că eficienţa în consilierea prin telefon depinde în mare măsură de nivelul de experienţă al consilierului şi de variabilele specifice motivaţionale, emoţionale şi cognitive ale acestuia.

### 6.1.2.6. Rezumat al teoriilor

**Teoriile comunicării** studiază transmiterea fiecărui tip de semn sau semnal. Consilierea prin telefon poate fi văzută ca o formă specială de comunicare cu mulţi factori care o diferenţiază de alte tipuri de comunicare.

Toate **modelele de consiliere şi de alegere profesională** (cu excepţia consilierii centrate pe client şi modelul lui Holland) sunt bazate pe un model de consiliere sistematică, specific procesului. Primul pas al acestor procese este **diagnoza (1)**, în care problema este identificată sau definită. În consilierea comportamentală, **definirea scopului consilierii (2)** este, de asemenea, foarte important în această etapă. Aceşti primi paşi sunt urmaţi de **colectarea de date cu privire la interesele, preferinţele, imaginea de sine, stadiul dezvoltării, problemele clientului şi alte structuri psihologice, ca şi cu privire la mediile profesionale, carierele, formarea ulterioară şi/sau domenii de lucru ce pot fi de interes (3). Informaţiile** sunt apoi **evaluate şi interpretate (4)** în măsuri variate, fie doar de către consilier sau deopotrivă de consilier şi client. În timpul **intervenţiei (5)**, strategiile şi tehnicile focalizate sunt aplicate pentru a ajuta clientul să ajungă la o **decizie care este "corectă" pentru el/ea** sau pentru a găsi **o soluţie adecvată problemei (6)**.

Procesul alegerii ocupaţionale poate fi definit ca **potrivirea** caracteristicilor personale cu mediile profesionale (teoria trăsătură-factor, modelul lui Holland), **implementarea imaginii de sine a cuiva** în mediile profesionale (abordarea centrată pe client, abordarea prin prisma întregului parcurs al vieţii a lui Super), un **proces de învăţare sau comportamental** (metode comportamentale, TCRE, Krumboltz) sau un **proces de luarea deciziilor** (MIS, modelele luării deciziei). Aceste patru grupuri nu sunt distincte, ele se suprapun în multe cazuri.

BCU IASI

### 6.1.3. Discuție

#### 6.1.3.1. Discutarea abordărilor și selecția unui model

Acest capitol va încerca să selecteze una sau mai multe abordări ce pot servi ca bază pentru cercetare și, posibil, ce pot fi utilizate mai târziu pentru a dezvolta auxiliare metodologice și documentare de formare profesională. Consilierea profesională prin telefon implică procese psihologice ce apar sau sunt generate în cursul a ceea ce este, de obicei, un scurt interviu prin telefon. De aceea, abordările selectate ar trebui să fie simple și clare și, în plus, să aibă valoare dovedită științific. Ele trebuie să constituie o bază potrivită pentru un model simplu ca structură și care poate fi repede învățat și de persoane care nu au o pregătire în psihologie. Mai mult, abordările trebuie adaptate la limitările și condițiile speciale ale consilierii prin telefon, care include lipsa contactului vizual, o comunicare nonverbală limitată și ușurința cu care o sesiune poate fi întreruptă mai devreme. Următoarele secțiuni vor descrie caracteristicile și variabilele folosite pentru a compara și selecta modelele. Modelul selectat va fi, apoi, examinat mai îndeaproape, cu referire la persoanele și succesiunea implicate.

**Criteriile de selecție**

Ca să se poată compara diferitele modele, trebuie, mai întâi, definite caracteristicile specifice sau criteriile ce pot fi utilizate pentru a compara toate modelele; după aceasta trebuie divizat fiecare model în variabile specifice modelului. Variabilele pot fi operaționalizate în grade diferite. De dragul eficienței și a unei mai mari clarități, gradul în care pot fi operaționalizate variabilele nu va fi examinat până ce n-a fost selectat un model.

**Selectarea caracteristicilor**

Un număr de caracteristici vor fi definite ca fiind tipice consilierii profesionale și au fost menționate și considerate relevante de mai mulți autori majori. Fiecare caracteristică are diferite variabile, specifice în funcție de model. Aceste variabile vor fi definite în următoarea secțiune.



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Fiecare caracteristică ar trebui:

- să fie descrisă de mai mulți autori ca fiind relevantă situației de consiliere și
- să fie observabilă în mai multe modele.

Majoritatea caracteristicilor sunt multi-dimensionale. Și anume, acestea sunt percepute diferit de către consilier și client. De exemplu, "comunicarea" conține variabilele "*trimiterea semnalelor lingvistice*" pentru emițător și "*înțelegerea semnalelor lingvistice*" pentru receptor. De dragul clarității, această discuție asupra modelelor nu va divide caracteristicile între emițător și receptor (consilier și, respectiv, client). Următoarele caracteristici vor fi descrise mai jos: comunicarea, relația consilier-client, abilitățile de consiliere / comportamentul clientului, alegere profesională / domeniu nespecificat și luarea deciziilor.

### Comunicarea

Poate că cea mai evidentă caracteristică este comunicarea, fără de care nici o conversație și nici o sesiune de consiliere nu poate avea loc. Comunicarea implicată în consilierea prin telefon are numeroase trăsături distinctive (Ruppert, 1999, Rosenfield, 1997, Watzlawick, Beavan și Jackson 1975 și alții). Această lucrare examinează ce anume are de oferit fiecare model în această privință.

### Relația consilier-client

Comunicarea are loc, de obicei, între două persoane care au un anumit tip de relație reciprocă. Studiile anterioare au dovedit că nivelul și calitatea relației consilier-client are impact asupra eficacității terapiei și consilierii (Grawe, Donati and Beranuer, 1994, Rogers 1951). Relația consilier-client este menționată în majoritatea modelelor de consiliere și de alegere profesională prezentate aici și joacă un rol important în acestea.

### Abilități de consiliere / comportamentul clientului

Instrucțiunile cu privire la consiliere sunt foarte importante în majoritatea modelelor de consiliere și alegere profesională și ele urmează premisele teoretice ale modelului (Brown și Brooks, 1990, Busshof, 1998, Ertelt și Schulz, 1997, Zihlmann, 1998). Acestea sunt, în general, instrucțiuni sau coduri cu privire la modul în care ar trebui să acționeze consilierul în scopul facilitării procesului de învățare sau al construirii conștiinței de sine a clientului. Depinzând de model, aceste principii pot fi denumite *tehnici de consiliere, abilități de consiliere, expertiză în consiliere, instrucțiuni practice, proceduri de consiliere, aplicarea teoriei în consiliere* sau ceva similar. Pentru obiectivele acestei lucrări, toate aceste principii și tehnici vor fi denumite ca **abilități de consiliere**. Corespunzătoare abilităților de consiliere sunt **comportamentele clientului**. Câteva

modele descriu procesul de consiliere din perspectiva consilierului, în timp ce altele examinează comportarea clientului. Ambele tipuri sunt strâns legate şi, de aceea, aici vor fi discutate împreună.

### Alegere profesională / domeniu nespecificat

Consilierea profesională este o formă specială de consiliere bazată pe concepte ce descriu cum îşi aleg indivizii carierele. Aceste concepte constituie miezul consilierii profesionale (Brown şi Brooks, 1990, Busshof, 1994, Ertelt şi Schulz, 1997). Cele două caracteristici "opţiunea ocupaţională" şi "domeniul nespecificat" sunt folosite pentru a distinge între acele modele care aplică astfel de concepte procesului de optare pentru o anumită profesie *(alegere profesională)* sau varietăţii de probleme sau chestiuni *(domeniul nespecific)*.

### Luarea deciziei

Selectarea unei cariere sau a traseului de formare implică întotdeauna decizii (Brown şi Brooks, 1990, Busshof, 1998, Ertelt şi Schulz, 1997). De aceea, această lucrare va examina măsura în care diferitele modele conţin concepte cu privire la luarea deciziei.

### Selectarea variabilelor

Este de notat că nu există nici un sistem pentru divizarea teoriilor şi modelelor descrise anterior în variabile sau părţi individuale. Am ales să definim ca variabile:

> *mici unităţi ale unei teorii sau ale unui model care sunt necesare pentru înţelegere şi care rezumă, adesea, mici secţiuni sau explicaţii ori reprezintă sub-conceptele unui model.*

De exemplu, variabile cum sunt *datele dezvoltării carierei*, *stadiul vieţii*, *maturitatea în carieră*, *status*-ul *socio-economic*, *imaginea de sine* şi *abilitatea* ar corespunde caracteristicii *opţiunea ocupaţională* din abordarea dezvoltării carierei prin prisma întregului parcurs al vieţii a lui Super (1990).

### Compararea modelelor şi teoriilor

Caracteristicile şi variabilele vor fi folosite pentru a compara modelele şi teoriile. Se va prefera modelul sau teoria care ţine cont de majoritatea caracteristicilor.

## Compararea teoriilor comunicării

Modelele de transmisie a comunicării simple (emițător-receptor) pot fi văzute ca bază pentru consilierea prin telefon. Deoarece comunicarea prin telefon are loc numai prin limbajul vorbit, echipamentul tehnic și efortul conștient al interlocutorilor de a vorbi audibil și inteligibil sunt esențiale pentru înțelegere. Totuși, numai aceste chestiuni tehnice nu sunt suficiente pentru a servi ca model pentru consilierea profesională.

Cele două aspecte din modelul comunicării propus de Watzlawick et al. (1969) și modelul celor patru niveluri al lui Schulz von Thun (1994) țin cont nu numai de conținutul unui mesaj, dar și de relația dintre interlocutori; modelul lui Schulz von Thun mai include o invitație la acțiune și la autorevelarea vorbitorului. Aceste aspecte sunt aplicate în comunicarea personală. Nici una din aceste abordări nu include concepte de consiliere, alegere profesională, luarea deciziei.

În cadrul **modelului pentru consilierea prin telefon**, Rosenfield (1997) analizează comprehensiv particularitățile comunicării prin telefon și oferă sugestii pentru consilierea într-un mediu în care informația vizuală este absentă. Modelul lui Rosenfield de stabilire a relației consilier-client și de consiliere este centrat pe client, dar mai prezintă și alte metode de consiliere. Abordarea centrată pe client în consiliere promovează alegerea profesională și luarea deciziei. Aceste abordări vor fi discutate în următoarea secțiune.

## Compararea modelelor consilierii și alegerii profesionale

Instrucțiunile furnizate de **modelul consilierii centrate pe client, al lui Rogers** (1951) sunt, în primul rând, axate pe comportamentul consilierului. Consilierul poartă responsabilitatea pentru stabilirea unei bune relații cu clientul; consilierul reacționează la procesele clientului, mai curând decât să acționeze asupra lor; prin aceste procese, clientul poate ajunge la conștientizarea de sine (profesională) și luarea decizii. Această metodă continuă a oferi un concept de alegere profesională și de luarea deciziei. Rosenfield (1997) sugerează că, pentru a munci eficient doar cu această metodă, consilierii ar trebui să treacă printr-o formare pe termen lung, de tip față în față. Aceasta se datorează consilierilor care trebuie să fie capabili să încorporeze reacții vizuale pornind de la limbajul trupului clientului, dacă vor să dezvolte empatia, respectul și sinceritatea necesare construirii unui bun raport cu clientul.

În **modelele comportamentale ale consilierii pentru dezvoltarea carierei** (Spiegler și Guevremont, 1993), odată ce problema a fost descoperită sunt identificate obiective clare, precise, procesele de învățare sunt întărite prin reacții pozitive sau negative și/sau sunt oferite alte diverse instrucțiuni sau sugestii. Consilierul exercită, într-o anumită măsură, control asupra clientului, ce poate fi dificil de realizat prin telefon. Această teorie nu include un concept de alegere profesională. În ceea ce privește relația consilier-client, se propune ca relația de încredere să fie realizată, dar nu definește cum ar trebui făcută aceasta, oferind foarte puține sugestii cu privire la comunicare.

**Terapia comportamentală raţional-emotivă (TCRE)** (Ellis, 1979) se centrează pe faptul că problemele clientului pornesc de la anumite credinţe iraţionale care generează emoţii perturbatoare. Acest model nu descrie relaţia consilier-client sau comunicarea în detaliu şi nici nu furnizează un concept de alegere profesională. Ar fi, probabil, dificil pentru persoanele fără pregătire în psihologie să diferenţieze între problemă, credinţele iraţionale şi consecinţele lor problematice.

În **terapia scurtă centrată pe soluţie (TSCS)** (Miller, 1988), analiza problemei joacă un rol mai mic; definirea scopurilor şi a soluţiilor este mai importantă. Chiar şi cele mai mici schimbări pe care clientul a fost în stare să le avanseze în cursul procesului de consiliere sunt luate în considerare şi introduse ca suport. O etapă din această metodă implică retragerea consilierului pentru câteva momente pentru a dezvolta soluţii. Şi aceasta ar fi necesar în formarea profesională la distanţă. Nu se spune mult despre comunicare sau relaţia consilier-client, iar modelul nu asigură o concepţie clară asupra alegerii profesionale.

**Metodologia informaţiei structurale a lui Ertelt şi Schulz (MIS)** (1997) oferă sugestii cu privire la comunicare. Procesul construirii relaţiei consilier-client urmează o abordare centrată pe client şi este descrisă în detaliu. MIS abordează eclectic abilităţile de consiliere. În plus, faţă de abordarea centrată pe client, teoriile învăţării şi teoria cognitiv-comportamentală joacă un rol important. Opţiunea ocupaţională este descrisă utilizându-se un model de potrivire (teoria trăsături - factori). Sarcina principală a consilierului este aceea de a determina unde se află clientul în cadrul acestui proces şi de a-l sprijini în eforturile sale. Peste toate, modelul este dezvoltat pe baza procesului de luarea deciziilor descris de Janis şi Mann (1977). MIS acoperă toate caracteristicile menţionate în această lucrare.

**Teoria trăsătură-factor** (Williamson, 1964) descrie opţiunea ocupaţională ca un proces de potrivire a factorilor personalităţii cu cariera corespondentă şi mediile de lucru. Testele sunt folosite adesea pentru a analiza aceşti factori. Teoria trăsătură-factor adoptă abordarea centrată pe client în comunicare şi construirea relaţiei consilier-client. Nici o sugestie nu este făcută cu privire la procesele de luarea deciziilor.

**Modelul opţiunii ocupaţionale al lui Holland** (1985) foloseşte, de asemenea, teste pentru a potrivi indivizii cu mediile de lucru ce corespund tipurilor de personalitate. Modelul nu se ocupă de comunicare, de construirea relaţiei consilier-client, de procesul de consiliere sau de luarea deciziilor.

**Abordarea dezvoltării carierei prin prisma întregului parcurs al vieţii a lui Super** (1994) vede opţiunea ocupaţională ca o tentativă de a contura o nouă imaginea de sine a cuiva. În acest model, stadiul dezvoltării personale a unui client este relevant, în plus faţă de abilităţile şi aspiraţiile carierei unui client. În timpul sesiunii de consiliere, alte roluri din viaţa unei persoane sunt luate în considerare, pe lângă cele ale carierei. Modelul lui Super nu discută despre comunicare sau stabilirea relaţiei dintre consilier şi client; de asemenea, nu se discută situaţia luării deciziei în nici-un detaliu. Cum aceasta este o abordare de consiliere comprehensivă care necesită sesiuni multiple, nu pare potrivită pentru secvenţele foarte scurte implicate de consilierea prin telefon.

**Krumboltz** (1983) descrie **opțiunea ocupațională** ca un **proces social de învățare** în care înzestrarea genetică, anumite condiții și evenimente ale mediului, experiențele de învățare și abilitățile de rezolvare a problemelor interacționează pentru a contura imaginea unei persoane despre sine și despre lumea muncii. Deși modelul Krumboltz se ocupă în profunzime de luarea deciziei și de alegerea carierei, nu oferă prea multe privitor la comunicare și stabilirea relației consilier-client.

**Compararea modelelor de luarea deciziei**

**Modelul conflictul al lui Janis și Mann** (1977) nu spune nimic despre comunicare, relația consilier-client sau abilitățile de consiliere. Se centrează numai pe situațiile de luarea deciziei. De aceea, poate servi doar ca un model suplimentar de studiu.

**Gottfredson** (1996) studiază procesul **compromisului** din cadrul luării deciziei profesionale și descrie cum un număr larg de alegeri poate fi restrâns. Gottfredson nu discută despre comunicare, despre relația consilier-client sau despre abilitățile de consiliere.

În timp ce modelele de luarea deciziei discutate până acum se concentrează pe perspectiva clientului, **modelul de autoreglare a luării deciziei**, al lui **Omodei și Wearing** (1995) și studiile lui **Bobevski și McLennan** (1998), realizate folosind acest model, se concentrează pe procesul de consiliere din perspectiva consilierului. Ei prezintă modelul ca un proces complex și dinamic de luarea deciziei. Nici Omodei și Wearing, nici Bobevski și McLennan nu discută comunicarea sau procesul alegerii ocupaționale. Amândoi menționează doar relația consilier-client și abilitățile de consiliere.

**Selectarea abordării**

O comparare a teoriilor și modelelor din secțiunile anterioare relevă că numai un singur model acoperă toate cele cinci caracteristici definite mai sus. Metoda Informației Structurate (MIS) a lui Ertelt și Schulz (1997) ține cont de:

- comunicare,
- metodologia consilierii,
- procesele opțiunii ocupaționale și
- procesele de luarea deciziilor.

MIS s-a dezvoltat, în principal, pentru ședințele de consiliere care durează o singură sesiune. De aceea, MIS pare potrivită pentru folosirea ca bază pentru studierea consilierii profesionale la distanță.

MIS - ca toate celelalte modele, exceptându-l pe cel al lui Rosenfield - nu spune nimic despre particularitățile comunicării prin telefon, ci descrie procesul luării deciziilor în termenii clientului.



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITARA LIBRARY

Ca şi în alte modele, consilierul în modelul MIS, ştie precis în care fază anume se află clientul şi de care informaţie este nevoie la un anumit moment dat. Orice consilier poate confirma că aceasta nu corespunde întotdeauna cu realitatea. Bobevski şi McLennan (1998) au descris procesul de consiliere la distanţă ca fiind un proces complex, dinamic, de luarea deciziilor - şi au folosit modelul lui Omodei şi Wearing (1995) pentru a studia impactul emoţiilor şi cogniţiei asupra eficienţei consilierului.

Din acest motiv, am ales să completăm MIS cu principiile lui Rosenfield (1997) pentru comunicarea prin telefon şi studiul lui Bobevski şi McLennan (1998) folosind modelul autoreglării al lui Omodei şi Wearing (1995).

În sumar, următoarele modele vor fi folosite ca bază pentru cercetări viitoare în consilierea profesională la distanţă:

1. Metoda Informaţiei Structurate (MIS), Ertelt şi Schulz (1997).
2. Consilierea prin telefon, care acoperă comunicarea fără a propune un concept de consiliere, Rosenfield (1997).
3. Consilierea prin telefon ca un proces complex, dinamic de luarea deciziilor, Bobevski şi McLennan (1998).

### 6.1.3.2. Definirea variabilelor

Înainte de a defini variabilele, trebuie să folosim teoriile selectate pentru a dezvolta un model pentru procesul de luarea deciziilor din perspectiva clientului şi procesul de consiliere din perspectiva consilierului.

**Procesul de luarea deciziilor din perspectiva clientului**

Indivizii tind să adopte o abordare pas cu pas şi să folosească strategii de simplificare pentru a rezolva problemele, fără a exagera cu căutările proprii de informaţii, riscând să-şi vadă depăşită capacitatea de a le procesa. Indivizii iau în considerare anumite alternative, pe care le evaluează folosind doar câteva criterii. De asemenea, aceştia păstrează deschis procesul luării deciziilor cât mai mult posibil, pentru a permite asimilarea mai facilă a noilor informaţii.

Rezumatul făcut în această lucrare combină, pas cu pas, secvenţa procesului informaţiilor cognitiv-afective, cu procesele comunicaţionale implicate în consilierea prin telefon, potrivit lui Rosenfield (1997) şi următorului model, al lui Ertelt şi Schulz (1997) şi Janis şi Mann (1977).

1. **Evaluarea provocării**: Clientul are nevoie de informaţii despre o situaţie nouă, nefamiliară, adecvate nivelului şi tipului deciziei care trebuie luată şi pe care este de aşteptat să le proceseze.



BCU "CAROL I" CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

2. **Generarea şi examinarea alternativelor**: În acest stadiu, individul generează alternative şi colectează informaţii despre consecinţele alternativelor asupra sa (informaţii factuale despre opţiunile profesionale, formare profesională, formare continuă, probabilitatea succesului, precum şi recompensele la care se poate aştepta).

3. **Evaluarea acţiunilor**: Alternativele sunt luate apoi în considerare şi cântărite, iar informaţiile cu privire la alternative sunt procesate. Riscurile sunt evaluate şi este colectată informaţie suplimentară. Individul este încurajat să continue autodescoperirea şi să devină conştient de criteriile de evaluare (informaţiile de evaluare derivate din interese, motivaţii, preferinţe percepute, aptitudini şi condiţiile internalizate ale mediului).

4. **Stadiul decizional**: În scopul de a face o alegere finală şi un angajament personal, clientul are nevoie de informaţii despre traseele de decizie, conflictele cu privire la decizie, probabilitatea succesului şi rezultatele aşteptate.

5. **Stadiul post-decizional**: Dacă rezultatul real al unei decizii nu se potriveşte cu rezultatul aşteptat, solicitantul se află în disonanţă şi are nevoie de informaţie descriptivă şi de informaţie interpretativă. De asemenea, are nevoie de informaţii cu privire la modele de succes şi eşec.

6. **Evaluarea deciziei**: Solicitantul trebuie să evalueze dacă decizia sa se potriveşte cu principiile sale etice şi morale. De asemenea, trebuie să evalueze calitatea şi satisfacţia oferite de decizie.

Conform lui Janis şi Mann (1977), cele şase stadii nu apar în mod necesar în această ordine.

**Aşteptările cu privire la consilierea profesională la distanţă**

Clientul poate primi consiliere profesională în timpul oricărui dintre stadiile descrise mai sus. În funcţie de punctul în care se află în cadrul procesului, acesta se poate concentra asupra **alternativelor (informaţii factuale)** şi **criteriilor de evaluare** sau asupra căutării de **ajutor procedural pentru rezolvarea problemelor (informaţii prescriptive)**. Din acest motiv, clienţii vor cere din când în când informaţii şi soluţii mai simple sau mai complexe. În fiecare stadiu, acesta va aştepta din partea consilierului să fie ascultat, înţeles, să i se asigure informaţiile necesare, să i se atragă atenţia asupra informaţiilor relevante mai puţin evidente şi/sau să i se ofere ajutor în găsirea de noi căi.

**Emoţiile şi conflictele clientului**

În acest model pas cu pas, conflictele cele mai comune se nasc în timpul etapei decizionale şi post-decizionale, în special când problema este una existenţială ce presupune riscuri mari. Simptoamele dezvoltate sunt indecizia, ezitarea, insecuritatea, nesiguranţa, dezamăgirea şi *stress*-ul. Clienţii sunt adesea speriaţi de a lua o decizie prea

rapidă, limitându-şi opţiunile; astfel, ei devin reactivi. În stadiul post-decizional, individul trebuie să facă faţă disonanţei emoţionale şi cognitive. Aceste emoţii vor fi intense şi pot conduce la sentimentul de regret, dacă rezultatele sperate ale unui proces de luarea deciziilor nu sunt realizate suficient sau deloc. În acest caz, clientul nu are alternativă, el urmând doar să se adapteze situaţiei, să supra-accentueze informaţiile care îi confirmă decizia sau să încerce să-şi revizuiască decizia. Oricum, deciziile revizuite de importanţă existenţială (şi acestea, în general, includ deciziile de carieră) sunt, adesea, imposibile sau implică sacrificii mari.

Modelul conflictual de luarea deciziilor al lui Janis şi Mann (1977) face limpede legătura între emoţii şi manevrarea informaţiei în situaţiile de luarea deciziilor. Dacă un individ nu este sub presiunea timpului, va tinde să amâne decizia, va fi interesat de informaţii, dar va ignora orice pare să îi sugereze că ar trebui să acţioneze.

Când presiunea creşte şi individul poate, cumva, transfera responsabilitatea altora, atunci se va concentra asupra căutării de informaţii de la un specialist. Dacă acest lucru nu funcţionează, urmează o formă blândă de evitare defensivă. Şi anume, va căuta selectiv şi activ informaţii care să-i confirme vederile, în timp ce evită informaţiile deranjante.

Panica (sau hiper-vigilenţa) poate rezulta dacă un client crede că se află într-o stare de conflict decizional sever sau că există o soluţie satisfăcătoare însă prea puţin timp ca s-o găsească. În acest caz, clientul începe o căutare febrilă de informaţii şi nu este capabil să distingă între cele relevante şi cele irelevante. Clientul devine atunci copleşit de informaţii şi este incapabil să ia o decizie de calitate.

**Telecomunicaţiile şi relaţia consilier-client**

Pentru consilierea prin telefon, nu numai o conectare tehnică bună este importantă; mai este important şi ca formula de salut a consilierului să fie clară, astfel încât clientul să înţeleagă numele instituţiei şi al consilierului. Cum nu există contact vizual, semnalele verbale frecvente (sunetul, energia, tonul, nivelul, viteza, pauzele etc.) devin mai importante decât ar putea fi în consilierea faţă în faţă. Aceste semnale ajută la definirea relaţiei dintre consilier şi clientul de la telefon. Ele ajută clientul să determine cât de prietenos, tolerant, bine intenţionat, răbdător, înţelegător şi respectuos este consilierul. La modul ideal, clientul ar trebui să înţeleagă că acest consilier la distanţă este interesat, încearcă să înţeleagă, întreabă de lucrurile neclare şi îi dă clientului spaţiu adecvat ca să-şi descrie situaţia şi să se descurce prin procesele interne. Când clientul se simte acceptat şi înţeles, orice emoţii şi stări de *stress* existente la începutul şedinţei vor dispărea. Aceasta, în schimb, promovează vigilenţa, ca şi o bună relaţie consilier-client. Ca să prezinte problema bine, clientul trebuie să fie capabil să se exprime clar (în plus faţă de cunoaşterea limbii locale). Clientul ar mai trebui să fie capabil să reflecteze asupra sa şi asupra propriei situaţii.

BCU "LUCIAN BLAGA" UNIVERSITY

### Calitatea deciziei

MIS măsoară **calitatea deciziei** bazate pe un acord etic. Cu alte cuvinte, o decizie este bună dacă se potriveşte cu principiile morale şi etice. O decizie rea va da naştere la sentimente de vinovăţie şi remuşcare.

### Procesul de consiliere din perspectiva consilierului

Experienţa arată că mulţi solicitanţi de consiliere abordează consilierii profesionali la distanţă cu întrebări foarte specifice. Consilierii nepregătiţi încearcă să ofere un răspuns foarte specific, să termine convorbirea cât mai repede. Cei cu experienţă vor încerca să determine poziţia clientului în cadrul procesului de luarea deciziilor şi să clarifice de care informaţii are într-adevăr nevoie clientul. Aceasta, de multe ori, extinde considerabil aria de răspunsuri şi acţiuni posibile.

### Schema procesului de consiliere

În modelul euristic al consilierii bazate pe sistemele informaţionale (Ertelt, 1989b, în Ertelt şi Schulz, 1997), procesul consilierului este divizat în şapte etape. Fiecare sesiune de consiliere nu are neapărat nevoie să urmeze această succesiune şi fiecare pas. Depinzând de complexitatea problemei, paşii doi şi trei sau paşii trei şi patru pot fi combinaţi.

1. **A începe să cunoşti şi să înţelegi problema**: Aceasta este realizată prin descrierea detaliată a problemei clientului. Consilierul distinge între diferite zone ale problemei şi analizează poziţia clientului în cadrul procesului de rezolvare a problemei, ca şi deficitul informaţional al clientului.
2. **Definirea scopurilor consilierii**: Scopurile sunt definite în termenii clientului şi în cei ai consilierului, acordând creditul cuvenit abilităţii clientului de a rezolva problema, eforturilor de consiliere cerute şi propriei expertize a consilierului. Consilierul decide dacă va fi responsabil pentru consiliere. Consilierul poate determina dacă clientul solicită consiliere individuală sau dacă acesta ar trebui trimis altundeva.
3. **Negocierea acordului de consiliere**: Ce va fi discutat şi ce nu poate fi rezolvat eficient? Sunt definite un scop şi o sarcină precisă pentru consilierea la distanţă. Această etapă include o analiză diferenţiată a deficitului informaţional al clientului şi o diagnoză ce se centrează pe chestiunea respectivă. Cu alte cuvinte, consilierul determină dacă clientul are nevoie de informaţii despre **alternativele profesionale**, clarificarea **intereselor, preferinţelor şi valorilor sale personale** sau ajutor în **luarea şi implementarea unei decizii**.

BCU Cluj / UNIVERSITY LIBRARY

4. **Dezvoltarea cooperativă şi completarea informaţiei lipsă, nestructurată sau deficientă:** Aici sunt dezvoltate şi examinate alternativele.
5. **Evaluarea acţiunilor:** Consilierul îl face pe client conştient de criteriile de evaluare relevante, cu care el poate determina impactul pe care îl poate avea o alternativă asupra scopurilor sale.
6. **Dezvoltarea de măsuri pentru implementare:** Sunt dezvoltate alternativele pentru realizarea scopurilor stabilite şi implementarea măsurilor, ajutoarelor şi acordurilor privitoare la acţiuni specifice. Ideal, planurile concrete vor fi perfecţionate.
7. **Evaluarea rezultatului consilierii:** Sunt evaluate atât procesul consilierii, cât şi rezultatul său.

**Abilităţi de consiliere**

Procesul construirii unei bune relaţii consilier-client şi a unei atmosfere plăcute a fost discutată deja. Ambele măresc responsabilitatea personală a clientului, promovează motivaţia sa de a se ajuta şi fac procesele de învăţare posibile, chiar când clientul se află sub presiune. Consilierii folosesc abilităţile non-directive pentru a încuraja clientul să vorbească şi să reflecteze, şi le folosesc pe cele directive pentru a conduce discuţia şi a influenţa procesele de învăţare şi de soluţionare a problemelor clientului.

**Telecomunicaţiile şi relaţia consilier-client**

Particularităţile comunicării prin telefon trebuie luate în considerare. Consilierii ar trebui să acorde o atenţie specială formulei de salut, manierei de a vorbi, tonului vocii, încurajărilor minimale şi "gesturilor" verbale, ca şi interpretărilor semnalelor vocale ale clienţilor. Un scop important al consilierului ar trebui să fie crearea unei atmosfere pozitive pentru client. Pentru a realiza aceasta, consilierii trebuie să dezvolte un număr de caracteristici şi abilităţi: empatie, atenţie selectivă la aspectele pozitive ale unui client, respect pentru individ, sinceritate, căldură emoţională, concretеţe, atitudine directă, abilitatea de a identifica discrepanţele din declaraţiile solicitanţilor de consiliere. Consilierii ar mai trebui să stăpânească un comportament directiv, pentru negociere şi direcţionare. Consilierii ar trebui, totodată, să-şi stimuleze clienţii pentru asumarea responsabilităţii personale, să îi motiveze pentru a se ajuta şi să le faciliteze procesele de învăţare. Implicarea nu trebuie să se transforme într-o supra-implicare. Abilităţile de consiliere ar mai trebui să includă tehnici directive şi non-directive.

**Procesul consilierii luării deciziei**

Clientul nu este singur în procesul de luarea deciziei; consilierul este şi el implicat. Consilierul trebuie să caute activ informaţii relevante în cadrul problemei prezentate de

client, să integreze şi să evalueze aceste informaţii şi să ia decizii în timp real despre cum să răspundă mai bine la afirmaţiile clientului. Consilierul trebuie să fie capabil să controleze nu numai resursele sale cognitive şi de atenţie, dar, de asemenea, şi stările emoţionale personale şi eforturile sale motivaţional-cognitive.

## Selectarea variabilelor

Un număr de variabile diferite poate fi definit în cadrul procesului de luarea deciziei de către client, precum şi în procesul de consiliere derulat de consilier. Acest studiu, care este menit să ofere o imagine a consilierii profesionale prin telefon, poate doar să atingă suprafaţa multor domenii. Un studiu complet al tuturor variabilelor posibile ar rezulta dintr-un chestionar mai lung decât se poate rezonabil aştepta de la subiecţii testării. O comparaţie a proceselor clientului şi consilierului relevă faptul că cele două părţi au multe în comun. Ambele au în vedere informaţiile factuale, de evaluare şi prescriptive, planificarea şi implementarea – deşi, probabil, din perspective diferite. Chiar şi în domenii în care procesul clientului nu se suprapune cu cel al consilierului, deseori clientul singur poate determina dacă eforturile consilierului au fost eficace şi viceversa. De exemplu, procesul de luarea deciziei de către client nu necesită ca acesta să se gândească la *obiectivul* consilierii. Totuşi, numai clientul poate judeca obiectiv dacă un consilier a stabilit un obiectiv adecvat. De asemenea, efectele *încurajărilor*, una din *tehnicile de implementare* din cadrul procesului de *consiliere*, pot fi evaluate numai de către client, deşi încurajările nu sunt incluse în procesul de luarea deciziei de către client.

În mare, aceste consideraţii ne-au condus la selectarea aceloraşi variabile atât pentru clienţi, cât şi pentru consilieri, deşi pot exista mici diferenţe în formularea unora dintre ele.

## Bibliografie


Bandura, A. (1979). *Sozial-kognitive Lerntheorie*. Stuttgart: Klett-Cotta.

Bobevski, I. and McLennan, J. (1998). *The Telephone counseling Interview as a Complex, Dynamic, Decision Process: A Self-Regulation Model of counsellor Effectiveness*. In: The Journal of Psychology, 132, 1, p. 47-60.

Bortz, J. and Döring, N. (1995). *Forschungsmethode und Evaluation*. Berlin: Springer.

Brown, D. (1990a). *Trait and Factor Theory*. In: D. Brown and L. Brooks (eds.), Career Choice and Development (p. 13-36). San Francisco: Jossey-Bass.

Brown, D. (1990b). *Models of Career Decision Making*. In: D. Brown and L. Brooks (eds.), Career Choice and Development (p. 395-421). San Francisco: Jossey-Bass.

Brown, D. (1990c). *Summary, Comparison and Critique of the Major Theories.* In: D. Brown and L. Brooks (eds.), Career Choice and Development (p. 338-363). San Francisco: Jossey-Bass.

Brown, D. and Brooks, L. (eds.). (1990). *Career Choice and Development.* San Francisco: Jossey-Bass.

Brown, D. and Brooks, L. (1990). *Introduction to Career Development: Origins, Evolution and Current Approaches.* In: D Brown and L. Brooks (eds.), Career Choice and Development (p. 1-12). San Francisco: Jossey-Bass.

Busshof, L. (1998). *Berufsberatung als Unterstützung von Übergängen in der beruflichen Entwicklung.* In: R. Zihlmann (Hrsg.), Berufswahl in Theorie und Praxis ´ (p. 9-84). Zürich: Sabe AG Verlag.

Busshof, L. (1989). *Berufswahl: Theorien und ihre Bedeutung für die Praxis der Berufsberatung.* 2nd ed. Stuttgart: Kohlhammer.

Carkhoff, R. (1969). *Helping and Human Relations.* Vol. 1: Selection and Training. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Corey, G. (1990). *Theory and Practice of Counseling and Psychotherapy.* Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.

Dawis, R. V.; England, G. W. and Lofquist, L. H. (1964). *A Theory of Work Adjustment.* In: Minnesota Studies in Vocational Rehabilitation, No. 15. Minneapolis: University of Minnesota Industrial Relations Center.

De Shazer, S. (1985). *Keys to Solution in Brief Therapy.* New York: W.W. Norton.

Dorsch F.; Häcker H. and Stapf K.-H. (eds.). (1991). *Dorsch Psychologisches Wörterbuch.* Hans Huber: Bern.

Egan, G. (1981). *The Skilled Helper.* Monterey, CA: Brooks.

Ellis, A. and Whiteley, J. M. (eds.). (1979). *Theoretical and Empirical Foundations of Rational-Emotive Therapy.* Monterey, CA: Brooks/Cole.

Ertelt, B. J. (1989). *Beratungsanlässe in Arbeitsberatungen und Berufsberatung und Versuch zu einer Typologisierung.* Hochschulskriptum, Universität Mannheim.

Ertelt, B. J. and Schulz, W. E. (1997). *Beratung in Bildung und Beruf.* Leonberg: Rosenberger Fachverlag.

Ertelt, B. J. and Schulz, W. E. (2002). *Handbuch Beratungskompetenz.* Leonberg: Rosenberger Fachverlag.

Eysenck, M. W. and Calvo, M. G. (1992). *Anxiety and Performance: The Processing Efficiency Theory.* In: Cognition and Emotion, 6, p. 409-434.

Gottfredson, L. S. (1996). *Gottfredson's Theory of Circumscription and Compromise.* In: D. Brown and L. Brooks (eds.), In: Career Choice and Development (p. 179-232). San Francisco: Jossey-Bass.

BCU ASCENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Grawe, K.; Donati, R. and Bernauer F. (1994). *Psychotherapie im Wandel.* Von der Konfession zur Profession. Göttingen: Hogrefe.

Hasford, R. E. and De Vissier, L. J. M. (1974). *Behavioral Approaches to Counseling.* Washington: APGA Press.

Hogan, R.; DeSoto, C. B. and Solano, D. (1977). *Traits, Tests, and Personality Research.* In: American Psychologist, 32, p. 255-264.

Holland, J. L. (1985). *Making Vocational Choices: A Theory of Vocational Personalities and Work Environments.* Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.

Ivey, A. E. (1983). *Intentional Interviewing and Counseling.* Boston: Allyn and Bacon.

Ivey, A. E. (1994). *Intentional Interviewing and Counseling—Facilitating Client development in a Multicultural Society.* Pacific Grove: Brooks/Cole.

Ivey, A. E. and Authier, J. (1985). *Microcounseling.* In: B .J. Ertelt and W. E. Schulz (eds.), Neue Wege im Kommunikationstraining. Boch: Bratt.

Janis, I. L. and Mann, L. (1977). *Decision Making: A Psychological Analysis of Conflict, Choice an Commitment.* New York: The Free Press.

Katz, M. R.; Norris, L. and Pears, L. (1978). *Simulated Occupational Choice: A Diagnostic Measure of Competencies in Career Decision Making.* In: Measurement and Evaluation in Guidance, 10, p. 222-232.

Klein, K. L. and Wiener, Y. (1977). *Interest Congruency as a Moderator of the Relationship Between Job Tenure and Job Satisfaction and Mental Health.* In: Journal of Occupational Behavior, 10, p. 91-98.

Krumboltz, J. D. (1979). *A Social Learning Theory of Career Decision Making.* In: A. M. Mitchell, G. B. Jones and J. D. Krumboltz (eds.), Social Learning and Career Decision Making. Cranston, R. I.: Carroll Press.

Krumboltz, J. D. (1983). *Private Rules in Career Decision Making.* Columbus: National Center for Research in Vocational Education, Ohio State University.

Krumboltz, J. D. and Baker, R. D. (1973). *Behavioral Counseling for Vocational Decisions.* In: H. Borow (ed.), Career Guidance for a New Age. Boston: Houghton Mifflin.

Krumboltz, J. D.; Mitchel, A. M. and Jones, G. B. (1976). *A Social Learning Theory of Career Selection.* In: Counseling Psycholgist, 6 (1), p. 71-81.

McLennan, J.; Culkin, K. and Courtney, P. (1994). *Telephone Counsellors Conseptualising Abilities and Counselling Skills.* In: British Journal of Guidance and Counselling, 22(2), p. 183-196.

Miller, M. J. (1988). *A Client-Centered Career Counseling Assessment Methode.* In: Person-Centered Review, 3, (2), p. 195-212.



BCU ASCENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Mitchell, W. D. (1975). *Restle's Choice Model: A Reconceptualization for a Special Case*. In: Journal of Vocational Behavior, 6, p. 315-330.

Mitchell, L. K. and Krumboltz J. D. (1990). *Social Learning Approach to Career Decision Making: Krumboltz's Theory*. In: D. Brown and L. Brooks (eds.), Career Choice and Development (p. 145-196). San Francisco: Jossey-Bass.

Omodei, M. M. and Wearing, A. J. (1995). *Decision making in complex dynamic settings: A Theoretical Model Incorporating Motivation, Intention, Affect and Cognitive Performance*. In: Sprache und Kognition, 14, p. 75-90.

Osipow, S. H. (1983). *Theories of Career Decision Scale*. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall.

Parsons, F. (1909). *Choosing a Vocation*. Boston: Houghton Mifflin.

Peterson, G. W.; Sampson Jr. J. P.; Reardon, R. C. and Lenz, J. G. (1996). *A Cognitive Processing Approach to Career Problem Solving and Decision Making*. In: D. Brown and L. Brooks (eds.), Career Choice and Development. San Francisco: Jossey-Bass.

Restle, F. (1961). *Psychology of Judgment and Choice*. New York: Wiley.

Rohrmann, B. (1974). *Psychometrische und textstatistische Studien zu syntaktischen Variablen*. Dissertation, Mannheim.

Rogers, C. R. (1951). *Client-Centered Therapy*. Boston: Houghton Mifflin.

Rosenfield, M. (1997). *Counselling by Telephone*. London: Sage Publications.

Ruppert, F. (1999). *Kommunikation, Kooperation und Gesprächsführung in Arbeitsbeziehungen*. In: C. G. Hoyos and D. Frey (Hrsg.), Arbeits- und Organisationtionspsychologie (p. 537-553). Weinheim: Psychologie Verlags Union.

Sarason, I. G. (1988). *Anxiety, Self-Preoccupation and Attention*. In: Anxiety Research, 1, p. 3-7.

Schultz von Thun, F. (1994). *Miteinander reden 1. Störungen und Klärungen*. Hamburg: Rowohlt.

Spiegler, M. D. and Guevremont, D.C. (1993). *Contemporary Behavior Therapy*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.

Super, D. E. (1957). *The Psychology of Career*. New York: Harper and Row.

Super, D. E. (1990). *A Life-Span, Life-Sapce Approach to Career Development*. In: D. Brown and L. Brooks (eds.), Career Choice and Development (p. 197-261). San Francisco: Jossey-Bass.

Watzlawick, P., Beavin, J. H. and Jackson, D. D. (1969). *Menschliche Kommunikation*. Bern: Huber.

BOUNSCENTRALUNIVERSITY LIBRARY

Weinrach S. G. (1979). *Trait-and-Factor Counseling:Yesterday and Today.* In: S. Weinrach (ed.), Career Couseling: Theoretical and Practical Perspectives.New York: McGraw Hill.

Weinrach, S. G. and Srebalus, D. J. (1990). *Holland's Theory of Careers.* In: D. Brown and L. Brooks (eds.), Career Choice and Development (p. 37-67). San Francisco: Jossey-Bass.

Williamson, E. G. (1939). *How to counsel students.* New York: McGrow-Hill.

Williamson, E. G. (1964). *An Historical Perspective on the Vocational Guidance Movement.* In: Personnel and Guidance Journal, 42, p. 854-859.

Williamson, E. G. (1965). *Vocational Counseling.* New York: McGraw-Hill.

Zihlmann, R. (ed.) (1998). *Berufswahl in Theorie und Praxis.* Aarau: Trüb-Sauerländer.

B.C.U. „M. EMINESCU" IAŞI

BCU IAŞI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## 6.2. Formarea în consilierea la distanță pentru orientarea carierei

**Katarína TRLICOVÁ**

*Slovacia*

### Prefață

Acest material de formare oferă competențele de bază ale viitorului "consilier la distanță" în domeniul consilierii profesionale.

Cunoştințele propuse spre asimilare presupun baze teoretice din domeniile psihologiei orientării, interacțiunii sociale şi comunicării.

Cursul oferă şi o serie de cunoştințe teoretice din domeniul orientării profesionale şi al consilierii la distanță; activități practice (menite să experimenteze punerea în practică a cunoştințelor şi adaptarea capacităților de comunicare la contextul special de consiliere).

Gradual, prin acest curs se furnizează o paletă largă de cunoştințe practice, de informații verificate, care ar trebui să facă parte din competența consilierului la distanță.

Acest curs de formare este deschis, flexibil şi prezintă oportunitatea actualizării noilor informații şi a experienței.

Cursul de formare se bazează pe o experiență bogată şi îndelungată de consiliere față în față şi în coordonarea profesională în domeniu, precum şi pe literatura de specialitate.

### 6.2.1. Secțiunea generală

#### Orientarea la distanță - aspecte generale

Consilierea la distanță şi-a dobândit în ultimii 50 de ani un loc important în societate. Prima linie telefonică de profil a fost înființată la Londra, în 1953, pentru a fi de ajutor persoanelor aflate în situații de criză. Din acel moment, această formă de ajutor s-a răspândit în toată Europa. În 1956 linia telefonică "Telefonseelsorge" a fost înființată la Berlin, iar un an mai târziu a fost urmată de linia telefonică "Die dargebotene Hand" din Zürich.

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Dr. M. Plzák a înfiinţat prima linie telefonică "Telefonul de încredere" în 1964. "Linka zaufania" a fost înfiinţată de către Prof. A. Bukowczyk în 1967 în Polonia. În 1971 linii telefonice de tip "*help line*" au fost înfiinţate la Budapesta şi Moscova, în 1997 în Humenné (Slovacia) şi în 1982 la Bratislava (Slovacia). Aceste linii telefonice au fost înfiinţate cu scopul de a rezolva probleme acute cu caracter medical (suicid, depresie, *stress* etc.). Serviciile erau furnizate exclusiv adulţilor. Treptat, interesul crescut în această formă de orientare a dus la apariţia altor tipuri de linii telefonice pe modelul "*help line*". Această situaţie a ajutat la crearea diferitelor centre specializate, care au răspuns la solicitări cu ajutorul consilierilor. Acestea au în vedere diferite grupuri minoritare (linii telefonice pentru copii, homosexuali, pentru cei infectaţi cu HIV, Centre de Informare pentru Tineret etc.) şi situaţii care presupun probleme specifice (linia telefonică pentru victime ale violenţei, pentru femei abuzate). Totodată există şi linii telefonice pentru orientarea profesională sau comunicare în scopul activării procesului decizional.

Recent, într-o lume sensibilă la presiunea timpului, banilor, distanţelor, la o multitudine de dizarmonii sociale, economice şi personale, consilierea la distanţă, care furnizează intervenţii profesionale şi informare, şi-a câştigat un loc important.

**Forme ale consilierii la distanţă**

Un înalt grad de utilizare a tehnologiilor de informare şi comunicare garantează mai multe forme de consiliere la distanţă:

- Telefonic - contact direct cu expertul, oportunitate de comunicare pe termen lung.
- Contact electronic: - pasiv: utilizarea paginilor *web* care oferă o gamă largă de informaţii
  - activ: interacţiunea *on line* cu clientul.
- Prin corespondenţă - oferă informaţiile solicitate în formă scrisă, prin poştă.

**Filozofie, scopuri, principii etice şi generale ale consilierii la distanţă**

**Filozofie**

- Acceptarea oricui solicită ajutor.
- Respectul faţă de sentimentele individuale, reacţiile şi modul de exprimare a nevoilor individuale.
- Acceptarea problemelor individuale.
- Ascultare, urmată de analizarea conţinutului nevoii.
- Răspunderea pentru serviciile furnizate atât la nivel profesional, cât şi la nivel uman / personal.



BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Scopuri**

- Contact direct - oferirea de servicii de consiliere către un public larg, fără limitări.
- Informații valide - furnizarea de informații verificate la nivelul așteptărilor clientului.
- Consiliere profesională - furnizarea de orientare profesională cu referire directă la situația clientului.
- Procesul decizional individual - în cursul consilierii, decizia se lăsată la latitudinea clientului.
- Contact interdisciplinar - în anumite cazuri particulare, urmărirea ulterioară intervenției profesionale (cazuri în care clientul se află într-o situație de criză sau alte situații specifice).
- Contact repetat - în anumite cazuri, oferirea către client a oportunității de a contacta din nou consilierul.

**Principii**

- Să nu se impună / forțeze, ci să se ofere oportunități clientului.
- Să respecte trăsăturile personale și cerințele clientului.
- Să nu evalueze, ci să se rezolve problemele împreună cu clientul.
- Să se asigure confidențialitatea informațiilor oferite de client; pe de altă parte, renunțarea la confidențialitate depinde numai de decizia clientului; consilierul rămâne în anonimat, iar instituția este identificabilă.

**Principii generale**

- Consilierul reprezintă instituția.
- Acesta oferă informații, consiliere și comunicare cu clientul.
- Consilierul activează cu respect pentru viața individului și în avantajul indivizilor și societății.
- Consilierul nu-și asumă responsabilitatea pentru client.
- Consilierul trebuie să respecte oportunitățile și limitările consilierii la distanță.
- Consilierul este responsabil pentru îmbunătățirea punctelor sale slabe din activitatea profesională.
- Consilierul trebuie să ia în calcul psiho-igiena.



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Consilierul trebuie să-şi îmbunătăţească sistematic capacităţile şi să-şi dezvolte competenţele profesionale.
- Conducerea instituţiei este responsabilă atât pentru competenţele consilierului, cât şi pentru nivelul de informare a acestuia.

**Cod etic**

Conducerea instituţiei elaborează Coduri etice general valabile pentru angajaţii săi, conform principiilor etice ale consilierii şi cu orientarea instituţiei.

**Organizarea activităţii**

Instituţiile:

- Asigură implementarea activităţilor la nivel profesional şi organizaţional.
- Asigură derularea de programe educaţionale profesionale şi inovative.
- Datorită conţinutului exhaustiv al activităţii, asigură psiho-igiena angajaţilor săi.
- Consilierii nou veniţi trebuie să treacă printr-un program de formare şi să lucreze sub supraveghere - conform regulamentului instituţiei.

### 6.2.2. Secţiunea profesională

**Consilierea profesională**

În ultima perioadă, percepem orientarea profesională într-un mod mult mai complex decât în urmă cu 10-15 ani. Dezvoltarea carierei profesionale prezintă caracteristici proprii pentru fiecare individ. Printr-o explorare cu caracter spontan a diferitelor profesii în timpul copilăriei, individualitatea este transferată în faza decisivă a alegerii unei profesiei în adolescenţă. Această alegere reprezintă începutul carierei personale. Cu toate acestea, de-a lungul vieţii suntem confruntaţi cu o mulţime de schimbări în plan biologic, sociologic, psihologic şi economic, ceea ce presupune, uneori, o reorientare completă în cadrul carierei profesionale individuale. Acestea reprezintă situaţii în care sunt necesare noi acumulări de informaţii urmate de procese decizionale, având, totodată, în vedere toate fenomenele vieţii anterioare acestui proces.

În fapt, premisele de bază ale unei consilieri profesionale de succes reprezintă identificarea cu resursele personale, competenţele, precum şi cu biografii individuale, urmată de o interconexiune flexibilă cu informaţii din domeniul profesiei şi educaţiei.

BCU CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Rezultatul unei astfel de activități reprezintă "racordarea Eu-lui cu oportunitatea" = realizarea optimă a Eu-lui.

În procesul achiziționării de informații și decizii, rețeaua instituțiilor de orientare își oferă serviciile.

În cadrul consilierii la distanță, elementele logistice ale experților din domeniul orientării, bazele de date în domeniul oportunităților educaționale, precum și bazele de date ale locurilor de muncă trebuie să joace un rol important, să fie ușor de accesat și rezonabile din punct de vedere financiar.

Într-o societate evoluată, consilierea profesională se bazează pe cunoașterea și respectul pentru drepturile omului - dreptul de a decide cu privire la propriul loc de muncă și plasarea pe piața economică în baza propriilor decizii, având în vedere într-un mod complex propriile caracteristici, informații cu privire la locurile de muncă disponibile și posibilitățile oferite pe piața muncii.

**Dezvoltare profesională - stadii în procesul alegerii profesiei**

În procesul de căutare pentru orientarea profesională (PD - etapa de creștere / dezvoltare, cu vârsta cuprinsă între 14-15 ani), direcționarea este influențată de capacități, interese, activități școlare, modele, familie (procesul decizional are loc cu prioritate la nivelul educației generale sau profesionale).

**Procesul explorării**

Definirea obiectivității alegerii viitoare (PD - etapa de creștere / dezvoltare, cu vârsta cuprinsă între 18-19 ani).Are în vedere alegeri mai concrete, iar individul este capabil să-și analizeze propriile capacități, oportunități, nevoi și dorințe.

Procesul decizional are loc la nivelul continuării procesului educațional sau la nivelul angajării pe piața muncii; procesul decizional poate include ambele paliere.

**Procesul acceptării deciziei**

Orientarea și adaptarea la nivelul ales (PD - etapa cu vârsta cuprinsă între 20-26 ani).

Sentimentul satisfacției și dezvoltării profesionale.

**Procesul de stabilizare și îmbunătățire a carierei profesionale**

(30-45 de ani)



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Păstrarea statutului profesional individual**

(50-60 de ani)

**Retragerea şi părăsirea locului de muncă**

(60-65 de ani)

**Etapa post-profesională**

(După vârsta de 65 de ani)

Parţial, responsabilităţi cu privire la activităţi ocazionale.

**Perioada de criză - etape în dezvoltarea profesională**

Schimbarea orientării profesionale reprezintă o situaţie ce aparţine unei anume etape şi include luarea unei decizii individuale, în condiţii de presiuni psihologice. Această situaţie poate fi caracterizată de o mare încărcătură emoţională şi poate reprezenta semnalul unei crize majore. Fiinţa umană se confruntă cu soluţii pentru situaţii noi de viaţă şi rezultatele acestora.

**Schimbări - Crize**

- Din cauza propriilor decizii individuale (alegerea este privită ca nefiind adecvată).
- Din cauza influenţei factorilor personali (eşec).
- Din cauza influenţei factorilor de la locul de muncă (mediu, relaţii sociale, desfiinţarea poziţiei deţinute la locul de muncă).
- Din cauza factorilor externi (familie, mutarea într-o altă localitate).
- Din cauza apariţiei de noi oportunităţi (piaţa economică oferă oportunităţi tot mai atrăgătoare).
- Din cauza schimbării capacităţii de muncă.
- Combinarea diverselor influenţe.

Situaţiile date ridică o mulţime de probleme, dar şi situaţii necunoscute. În procesul soluţionării acestor etape particulare individul are nevoie de ajutor profesional din varii motive. Individul se poate îndrepta către consilierea profesională (directă) sau poate demara o căutare sau contactare pasivă (buletine informative, *Internet* etc.).

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Se pare că cea mai eficientă formă de consiliere pentru persoanele care se găsesc în situații de schimbare sau de criză în viața profesională o reprezintă consilierea la distanță.

**Factori care influențează dezvoltarea profesională**

În procesul evoluției profesionale şi comportamentale mai mulți factori joacă un rol important. În timpul diferitelor perioade evolutive, precum şi în alte situații, aceştia prezintă influențe şi intensități diferite.

**Factori psihologici**

- Percepție de sine, acceptare de sine.
- Abilități intelectuale.
- Abilități speciale (talent, capacități).
- Personalitatea şi calitățile sale.
- Atitudini.
- Valori.
- Interese.
- Nevoi.
- Experiență profesională.
- Stare psihică.

**Factori somatici**

- Caracteristici fizice.
- Funcții fiziologice.
- Starea de sănătate.

**Factori sociali**

- Familia primară, constelație şi situație.
- Familia proprie, constelație şi situație.
- Cercul social lărgit.
- Climatul social al societății în totalitate.



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Factori economici**

- Baza economică proprie, individuală.
- Situația economică familială.
- Situația economică generală a țării.

**Factori geografici**

- Distanță, transport.

**Alții**

- Religie.

Factorii menționați mai sus participă în moduri diferite şi în diferite perioade de timp în odiseea profesională a fiecărui individ. Împreună creează un complex de factori care contribuie într-un mod specific la conturarea negativă sau pozitivă a vieții individuale.

**Situații în care indivizii au nevoie de consiliere profesională**

**1. Consultanță în alegerea tipului de educație în vederea unei ocupații viitoare** pentru elevii care îşi încheie studiile la nivel de şcoală primară.

Tranziția de la şcoala primară către cea secundară - procesul de alegere între şcoala generală şi cea profesională.

Consilierul, de pe poziția de susținător, dar subiect în procesul decizional, asigură celor interesați:

- Informații cu privire la rețeaua şcolară.
- Diagnostic personal (consiliere directă).
- Recunoaşterea factorilor solicitați.
- Dialog de consiliere.

**2. Consultanță pentru tinere persoane cu handicap în alegerea domeniului de studiu.**

Consilierul, de pe poziția de susținător, dar subiect în procesul decizional, asigură celor interesați:

- Informații cu privire la rețeaua şcolară.
- Diagnostic personal (consiliere directă).



BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Evaluarea nivelului de handicap în raport cu profesia.
- Asigurarea consultanței interdisciplinare necesare.
- Recunoaşterea factorilor solicitați.
- Dialog de consiliere.
- Informații cu privire la comunitățile persoanelor cu diverse handicapuri.

**3. Consultanță ulterior absolvirii şcolii secundare.**

- Alegeri cu privire la continuarea studiilor.
- Alegeri cu privire la ocupație.

Consilierul:

- Analizează caracteristicile personale ale clientului, inclusiv factorii participativi.
- Furnizează informații cu privire la rețeaua şcolară.
- Asigură informații cu privire la piața muncii.
- Asigură un dialog calificat de consiliere.

**4. Consultanță după finalizarea studiilor universitare.**

Consilierul:

- Analizează caracteristicile personale ale clientului, inclusiv factorii participativi.
- Asigură informații cu privire la piața profesiilor.
- Furnizează informații cu privire la oportunități de educație la locul de muncă.
- Asigură un dialog calificat de consiliere.

**5. Consultanță în caz de eşec în timpul studiilor din şcoala secundară** (generală sau profesională).

Consilierul:

- Analizează motivele eşecului.
- Acționează în scopul eliminării cauzelor.
- Oferă alternative adecvate / forme de studiu în subsidiar.
- Oferă informații despre ocupații adecvate conforme vârstei şi educației.
- În funcție de nevoi şi aşteptări, intervine într-un mod continuu sau îndrumă către un alt consilier.



BCU ASVICENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**6. Consultanță în caz eșec în timpul studiilor universitare.**

Consilierul:

- Analizează motivele care stau la baza problemei.
- Vine în ajutor în scopul eliminării motivelor.
- Asigură informații cu privire la alte oportunități de studiu sau muncă.
- Asigură informații cu privire la piața muncii - voluntariat, locuri de muncă sezoniere pentru studenți.

**7. Consultanță în cazul altor forme de studii.**

Consilierul asigură:

- Informații cu privire la diferitele oportunități educaționale și combinații ale acestora.

**8. Consultanță în cazul copiilor talentați și/sau supradotați intelectual.**

Consilierul asigură:

- Informații cu privire la oportunitățile de studiu.
- Informații cu privire la comunitățile profesionale orientate către acest grup țintă.
- Soluționarea problemelor acestora.
- Dialog calificat de consiliere.

**9. Consultanță pentru adulți în cazul pierderii locului de muncă.**

Consilierul asigură:

- Informații cu privire la primii pași care trebuie făcuți în cazul pierderii locului de muncă.
- Informații cu privire la piața muncii.
- Dialog calificat de consiliere.

**10. Consultanță în cazul orientării către un nou loc de muncă.**

Consilierul asigură:

- Informații cu privire la piața muncii și cerințele sale.
- Dialog calificat de consiliere.
- Acționează cu privire la caracteristicile clientului.

BCU "MIHAI EMINESCU" CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**11. Consultanță în cazul șomajului de durată pentru persoane cu probleme psihice.**

Consilierul asigură:

- Dialog de consiliere.
- Diagnostic.
- Consiliere de grup sau individuală.
- Informații cu privire la piața muncii.
- Consiliere de susținere după includere / integrare / inserție.

**12. Consultanță pentru femei după concediul de maternitate.**

Consilierul asigură:

- Dialog de consiliere,
- Informații cu privire la piața muncii.

**13. Consultanță pentru persoanele cu abilități schimbate de muncă (după accidente).**

- Permanent.
- Temporar.

**14. Consultanță pentru persoanele cu probleme cronice de sănătate** (diabet, bronșită...).

**15. Consultanță pentru persoanele care și-au schimbat domiciliul din varii motive.**

**16. Consultanță pentru minorități.**

**17. Consultanță la nivel internațional.**

**Tipuri de clienți în consilierea profesională**

Clienții cărora le este necesară consilierea profesională pot fi împărțiți după anumite criterii:

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Caracteristici demografice**

- Vârstă.
- Gen.
- Educație.
- Mediu de rezidență (urban, rural).

**Tip de client**

- Activ.
- Pasiv.
- Fluctuant.

**Din punct de vedere al experienței**

- Echilibrat.
- Patologic.
- Agresiv.
- Manipulativ.

**Altele**

- Clientul testează situația.
- Grup.
- Persoane abuzate.

**Tipologia consilierii**

**Așteptările clienților de la consilierea profesională**

**Din punct de vedere al conținutului**

**Comunicare**

Clientul simte nevoia să comunice cu cineva cu privire la problemele şi opiniile sale în scopul de a-şi verifica deciziile şi informațiile.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Consultanță**

Clientul așteaptă consiliere, în funcție de informațiile și datele de care dispune.

**Diagnosticare**

Clientul va solicita un diagnostic concret sau aceasta va fi propus de către consilier. Diagnosticarea se efectuează în mod direct. În cazul consilierii la distanță, clientul poate fi îndrumat să contacteze un consilier în mod direct.

**Terapie**

Clientul urmează ședințe de terapie conform nevoilor sale.

**Informații cu privire la domeniul de muncă și educație**

- General.
- Specific.

**Îndrumări interdisciplinare** (făcute de un alt psiholog, departamente sociale, Oficiul forțelor de muncă etc.)

**Din punct de vedere al formei**

- Singular.
- Repetat.

**Oportunitățile și limitările consilierii la distanță**

Toate cele menționate mai sus la nivelul așteptărilor clienților pot fi realizate sau asigurate de către consilierul profesional prin consilierea la distanță.

Totuși, este foarte important să fim conștienți de filozofia de bază cu privire la serviciile oferite - a fi "acum și aici" pentru a întâmpina nevoile clientului, în perioade în care clientul se găsește într-o situație în care are nevoie de ajutor sau de informații.

Instituția de consiliere la distanță și consilierul nu pot să-și asume responsabilitatea pentru decizia clientului. Clientul trebuie să ia singur aceste decizii.

Instituția este responsabilă pentru angajații săi - la nivelul serviciilor și informațiilor oferite.

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Aceasta oferă numai servicii de intervenție care pot fi realizate în forma consilierii la distanță și care sunt conforme cu conținutul consilierii.

Instituția oferă acea formă de comunicare cu clientul care corespunde cu situația în care se găsește acesta și este acceptabilă pentru el.

Totodată, instituția respectă exigențele clientului, dar numai în măsura în care acestea sunt conforme cu standardele instituției.

Consilierul este reprezentantul instituției.

Consilierea la distanță are în vedere relația client - consilier, dar numai în cadrul comunicării care se face într-o perioadă de timp limitată.

Consilierului nu îi este permis să contacteze clientul direct în afara instituției din care face parte.

**Profilul consilierului profesional - criterii de bază - calificare**

**Criterii de bază**

- Absolvent de studii universitare (absolvent al unei instituții de învățământ superior).
- Specializarea în psihologie sau alte profesii conexe.
- Experiență practică în domeniul consilierii de cel puțin 2 ani.

**Formare profesională suplimentară**

- Formare în comunicare pentru consiliere la distanță.
- Orientare pe piața muncii.
- Orientare educațională.
- Cunoștințe cu privire la profesii / ocupații.
- Orientare în rețeaua instituțională.

**Caracteristici personale**

Responsabilitate, capacitate de comunicare, flexibilitate, capacitate de muncă în condiții de stres, stabilitate emoțională, abilități de cooperare, gândire combinatorie, empatie, asertivitate, capacitate de muncă în echipă.

BCU CLUJ CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Caracteristici lingvistice**

Cunoaşterea activă a limbii engleze şi/sau a unei alte limbi de largă circulaţie europeană.

**Capacitatea de lucru cu computerul**

Nivel de utilizator (nivel de utilizare de bază pentru birou, nu la nivel de programare).

Capacitate de orientare în bazele de date computerizate.

### 6.2.3. Secţiunea de formare

Activitatea consilierului la distanţă, fie prin telefon, fie via *Internet*, conţine caracteristicile sprijinului pentru consiliere profesională. Este o muncă plăcută, deşi solicitantă şi plină de responsabilităţi. În acest fel se poate comunica într-un mod plăcut şi uşor de administrat din punct de vedere managerial, dar, pe de altă parte, această activitate este o muncă foarte serioasă şi solicitantă. De aceea este foarte important să fiţi bine pregătiţi pentru această activitate. Este o activitate diferită de cea a intervenţiei de consiliere directă. Vă veţi afla în imposibilitatea de a utiliza chestiuni cheie care ţin de comunicarea nonverbală. De aceea, trebuie să vă însuşiţi o mulţime de cunoştinţe, abilităţi de informare şi să dobândiţi experienţa necesară pentru a fi capabili să faceţi faţă situaţiilor şi cerinţelor specifice. Pe lângă toate acestea, este foarte important să creaţi un anumit spaţiu pentru cealaltă persoană, la un moment dat, pentru a fi alături de acesta şi pentru a-i oferi o "relaţie" prin care să-i daţi încredere, susţinere cu privire la cunoştinţelor sale, informaţii şi o nouă abordare a situaţiei sau cu privire la soluţionarea problemei sale.

Ne bucurăm că aţi ales în mod voluntar să faceţi parte din acest proiect - bine aţi venit la cursul nostru de formare.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## MODUL I

### Bun venit - Deschidere / Început - Introducere în formare - Informații introductive

**Intenție și scop**

Scopul acestui curs de formare este de a vă face capabili să lucrați de pe poziția de consilier la distanță.

Pregătirea pentru consilierea la distanță din acest curs oferă o scurtă prezentare a informațiilor teoretice necesare ca suport al cerințelor fundamentale pentru cunoștințele unui consilier.

Munca de formare - experiența dobândită prin studiu și învățare, va facilita adaptarea abilitaților de comunicare la cunoștințele profesionale dobândite anterior, la informațiile, experiența și capacitățile proprii care pot fi utilizate în acest domeniu.

Însușirea informațiilor de bază cu caracter general și specific.

**Conținutul programului de formare**

- Însușirea normelor comunicării interpersonale.
- Capacitatea de a asculta și înțelege așteptările clienților.
- Stăpânirea comunicării verbale (fără ajutorul soluțiilor nonverbale).
- Orientarea comunicării cu condiția să reprezinte suportul unei structuri optime.
- Acceptarea și respectul pentru client.
- Crearea unei atmosfere interpersonale plăcute.
- Utilizarea eficientă a spațiului comunicării.
- Însușirea și utilizarea tehnicilor de comunicare.
- Însușirea unui comportament optimist, a încrederii în sine.
- Capacitatea de a lucra cu *feedback*-ul celuilalt.
- Acceptarea criticii, exprimarea criticii / a critica.
- Acceptarea și aprecierea.
- Transmiterea eficientă a informațiilor.
- Reacția rapidă la solicitări.



BCU IAȘI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Utilizarea de enciclopedii de tip hipertext (enciclopedia PC), orientarea în bazele de date.
- Gestionarea activităților de bază, precum și a situațiilor neobișnuite.
- Protecția din punct de vedere al psiho-igienei personale.

**Metode, tehnici și instrumente pentru formare**

Munca în echipă, munca individuală, soluționarea problemei în grupuri mici, discuții, scurte prelegeri teoretice, prezentări cu retroproiector, *flipchart* etc.

**Informații cu privire la organizarea și procesul formării**

- Durata: ...X... zile lucrătoare, aproximativ 40 de lecții de formare.
- Cursul constă în 9 module.
- 1 modul = aproximativ 4 ore (pauze de psiho-igienă de 20 min., pauză de prânz 90 min.)
- Lucru cu computerul.
- Lucrări practice sub supraveghere.

**Reguli de formare**

Precizie - Respect - Muncă în echipă.

Fiecare participant:

- efectuează un număr prestabilit de lecții de predare,
- se conformează duratei și programului stabilit,
- respectă și participă la munca în echipă,
- are permanent în vedere elementele de psiho-igienă (formarea este foarte solicitantă, reclamă o odihnă perfectă după fiecare zi,
- în cazul în care participantul realizează că nu este capabil din varii motive să continue cursul, acesta va anunța formatorul.

**Reguli cu privire la munca în echipă**

**Încredere și discreție / reticență**

Informațiile generale și personale pe care participanții le împărtășesc pe parcursul pregătirii reprezintă baza încrederii și nu vor fi utilizate în alte medii.



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Unele exerciţii pot fi dureroase pentru unele persoane, prin acestea reamintindu-şi de trecutul lor. Puteţi apela cu încredere la instructori, aceştia sunt aici ca să vă susţină.

**Receptivitate**

- Vorbeşte despre orice în mod deschis şi sincer - fiecare opinie poate aduce noi informaţii pentru întregul grup.
- În cazul în care există informaţii care nu sunt înţelese, întrebaţi deschis.
- Dacă există obiecţii sau propuneri - exprimaţi-le.

**Drepturi**

- Aveţi dreptul să puneţi întrebări oricărei persoane din grup.
- Aveţi dreptul să nu răspundeţi la întrebări.
- Aveţi dreptul să vă exprimaţi părerea, chiar dacă unii membri ai grupului nu sunt de acord.
- Aveţi dreptul la ton de încredere sau de reticenţă atunci când vă exprimaţi sentimentele.

**Acceptare**

- Ascultaţi opinia celorlalţi şi reflectaţi asupra ei.
- Fiţi deschis şi acceptaţi sentimentele şi opiniile celorlalţi.

**Responsabilitate**

- Priviţi cu seriozitate şi responsabilitate activitatea de formare.
- Abordaţi cu responsabilitate însuşirea noilor cunoştinţe, capacităţi şi informaţii - activitatea de consilier la distanţă este solicitantă şi necesită instrumente care sunt utile în orice situaţie.

**Contact / Întâlniri**

**Formare cu privire la comunicare**

**Indicaţie**

Participanţii vorbesc împreună despre viaţa lor profesională şi privată pentru a dobândi informaţiile solicitate - nume, orientare educaţională, carieră profesională, după care fiecare va fi introdus într-un grup.



BU IAŞI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Scop**

- Comunicare spontană.
- A cunoaşte pe fiecare cu scopul de a afla cât mai multe despre participanţi - crearea unei atmosfere plăcute de lucru.

**Perspective**

Formare: aşteptările participanţilor şi instructorilor.

Participanţii îşi exprimă aşteptările lor cu privire la formare în mod individual, domeniile în care aceştia doresc perfecţionare, pentru a câştiga mai multe informaţii în decursul acestui proces.

(Note pe *flipchart*)

**Transferul de informaţii: Emiţătorul - Receptorul**

**Formare**

5-6 participanţi transferă gradual informaţii detaliate - citirea textului. Ceilalţi participanţi urmăresc urmările diseminării de informaţii.

**Scopul**

- Realizarea transferului de informaţii dintre emiţător şi receptor.

**Emiţătorul**

- să conştientizeze informaţiile transmise,
- este atent la modul de exprimare, claritate, precizie,
- poate oferi doar o parte din procesul său cognitiv.

**Receptorul**

- are în vedere situaţia prezentă,
- dă dovadă de receptivitate / calitatea atenţiei,
- pune întrebări, verifică şi se asigură de înţelegerea informaţiilor.

Transferul între ambii participanţi este influenţat de calitatea percepţiei, de anumite capacităţi, de relaţie şi de influenţa diferitelor canale de sunet. Transferul este influenţat într-un mod substanţial de dotarea personală a participantului.



BCU IASI CENTRALA UNIVERSITARA LIBRARY

**Factori decisivi în comunicarea interpersonală**

**Formare**

Evidențierea caracteristicilor de tip "emițător-receptor".

Grupul este împărțit în subgrupe şi evaluează activitatea emițătorului şi a receptorului. Ce a fost pozitiv în transmiterea informațiilor, în transfer şi în obținerea lor? În același timp, el evaluează componentele ineficiente şi, în final, încearcă împreună să definească cele mai importante caracteristici / factori ai comunicării interpersonale.

**Teorie**

Comunicarea interpersonală este determinată de:

**"EU-ul" subiect, obiect**

Autoevaluarea adecvată, acceptarea de sine, autoreflecția şi caracteristicile personale.

**Acceptarea şi respectul**

Respectul de sine şi autonomia celorlalți, dreptul la opinii diferite.

**Ascultarea**

Ascultare activă, pentru a sesiza conținutul şi forma, a nu întrerupe.

**Întrebări**

Întrebări adecvate.

**Exprimarea concretă şi clară a ideilor**

Exprimarea ideilor în mod concret şi clar.

**Relația**

Relația este asigurată prin comportament, receptivitate, în mod direct.

**Afectivitate**

Stăpânirea emoțiilor, apreciere şi receptivitate cu privire la emoțiile celorlalți.

Factorii prezentați determină comunicarea interpersonală. O comunicare de succes depinde în mod direct de calitatea acestora.

**"EU"**

Fiecare individ este privit separat, cu propria sa istorie şi cu caracteristicile sale personale.



BCU "I.S. CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Trăsăturile personale şi istoria sunt unice pentru fiecare persoană: tot ce am dobândit de-a lungul vieţii şi, desigur, percepţia noastră asupra lumii.

Caracteristicile personale şi istoria constau în: familie, educaţie, experienţă, relaţii, atitudini, valori, motivaţii, opinii, imagine de sine şi autoapreciere etc.

Totalul factorilor menţionaţi creează aşa-numitul **cadru de referinţă** - componenta de referinţă a fiecărui om, care influenţează percepţia sa asupra lumii.

**Acceptare şi respect**

Fiecare percepe lucrurile dintr-un unghi diferit; adică într-un alt mod decât ceilalţi.

În comunicare încercăm să ne înţelegem partenerul sau opinia sa diferită.

Prin înţelegere şi explicare putem dobândi şi lărgi perspectiva noastră (acceptarea clientului, respectarea acestuia, auzirea / ascultarea explicaţiilor şi doar atunci putem obţine ceva din acest dialog).

(Alţi factori care determină comunicarea interpersonală - ascultare, întrebări, exprimare şi relaţie vor fi dobândite în cursul următoarelor activităţi.).

**Avertisment**

Pe parcursul acestui curs de formare, aşa cum am menţionat înainte în secţiunea "Metode şi tehnici, vă vom oferi posibilitatea de a dobândi / însuşi informaţiile obţinute prin cursuri de formare la nivel practic, individual sau în grup. Sarcinile, situaţiile model, jocul de rol şi reacţiile pot stimula diferite amintiri, emoţii, precum şi experienţa neprocesată. Din această cauză ne vom accepta pe fiecare, ne vom comporta cu respect şi sinceritate, vom încerca să nu lezăm pe ceilalţi participanţi.

E necesar să procedăm cu diplomaţie la furnizarea sau acceptarea reacţiilor pe parcursul lucrului pe situaţii model.

**Reacţii (R) - exprimarea şi acceptarea**

Pe parcursul cursului vom exprima şi vom accepta varii reacţii.

Informaţii pe scurt cu privire la obţinerea reacţiilor.

Scopul obţinerii reacţiilor este de a da posibilitatea receptorului să-şi dezvolte îndemânarea. Uneori nu este uşor să accepţi critici negative, de aceea trebuie să fim capabili să ştim cum să obţinem reacţii negative şi în acelaşi timp trebuie să ştim cum să obţinem reacţii pozitive, dacă sunt adecvate.

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

| *Furnizarea feedback-ului* | *Acceptarea feedback-ului* |
|---|---|
| Exprimați-vă gândurile - "Eu / pe mine..." | Toți avem dreptul să ne exprimăm ideile. |
| Oferiți *feedback*, nu împingeți / nu forțați. | Dacă nu ați înțeles, întrebați. |
| Fiți scurt și concis. | Nu reacționați imediat, evaluați. |
| Păstrați echilibrul dintre *feedback* pozitiv și negativ. | Dv. decideți dacă acceptați *feedback*. |
| Solicitați opinia celeilalte părți. | |
| Utilizați o voce liniștitoare. | |
| Fiți sincer - nimeni nu poate fi ajutat prin reacții pozitive sau negative false. | |

**Situații model de procedură**

1. Așezați-vă cu spatele unul la altul fără a vă atinge. O să auziți doar o voce, soluțiile nonverbale sunt eliminate.
2. Pe parcursul unor exerciții va fi nevoie să vă gândiți la niște povestioare (a fi în rolul / a interpreta clientul, solicitantul). Gândește-te la niște elemente din trecut, la sentimente, emoții.
3. Permanent aveți în vedere că exercițiile pot fi însoțite de sentimente puternice, emoții.
4. Pentru unele exerciții veți avea nevoie de un scenariu și vi se va cere să adăugați elemente din trecut, sentimente asemănătoare, emoții.
5. Exercițiul va fi început de clientul solicitator, care va spune, "bip, bip, bip" și consilierul va spune "Bună dimineața, aici Centrul de Informare și Consiliere", încep exercițiile.
6. Nu urmăriți ca fiecare exercițiu să fie terminat sau să obțineți niște concluzii. Deseori nu va mai fi rămâne timp pentru aceasta. Scopul exercițiului este de a practica / exersa abilitățile, nu de a termina dialogul.
7. Terminați exercițiul prin a specifica numele și locul exact unde vă aflați.
8. Oferiți-vă ajutorul.
9. După fiecare exercițiu, puteți oferi *feedback* reciproc. Subiecții ar trebui să aibă posibilitatea accederii *feedback*-ului în această ordine: consilier, solicitant, observator.
10. În obținerea *feedback*-ului fiți sincer, deoarece numai atunci fiecare își poate însuși adecvat această lecție.

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## MODUL II

### Exercițiu de relaxare

**Scop**: Regresia în adolescență - alegerea formei de educație, căutarea primei slujbe sau schimbarea acesteia. Grupul este introdus într-o stare de relaxare de scurtă durată, cu revenire la perioada în care au rezolvat problema legată de profesia lor. Fiecare poate hotărî unde să se oprească şi unde să experimenteze ceva din trecut.

Subconştientul decide în alegerea experienței trăite anterior. Această întoarcere şi experimentare a întâmplării vă vor ajuta în munca viitoare de formare.

Propria experiență, urmată de analiza realizată cu sprijinul grupului şi al instructorului, ajută extraordinar în dezvoltarea capacității de a experimenta situația cuiva aflat într-o fază decisivă a vieții sale.

### Exercițiu

Pentru activitatea viitoare este important să se conştientizeze:

- diferitele probleme care îi aduc pe oameni la consiliere,
- unele dificultăți pe care viața le poate ridica în momentul rezolvării problemei educaționale, profesionale, recalificării precum şi a şomajului,
- ce situații au de rezolvat indivizii din categorii diferite de vârstă, perioade diferite de viață, acestea fiind în strânsă relație cu propria calificare de muncă, satisfacție, realizare, poziție financiară etc.

Să încercăm să luăm în calcul următorul aspect. Într-un grup mic vom descifra răspunsul la situații date şi după aceea vom prezenta şi înregistra cunoştințele noastre în cadrul întregului grup.

Vom lucra cu ajutorul formularului ataşat.

### *Brainstorming*

### Subiecte

Când şi din ce motive tinerii sau adulții caută contactul cu o altă persoană - consilier, prin intermediul liniilor telefonice de ajutor?

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Motive: Categoria de vârstă:

..... Până în 16 ani

.....

..... Între 16 şi 19 ani

.....

..... Între 28 şi 35 de ani

.....

..... Între 36 şi 45 de ani

.....

..... Între 46 şi 56 de ani

.....

..... Între 56 şi 66 de ani

.....

..... Între 67 şi ..... de ani

**Consiliere**

Consilierea presupune să fii pregătit pentru situaţii de conţinut diferit şi diferite grade de urgenţă. Să asculţi şi, în acelaşi timp, să conştientizezi sentimentele persoanei care vorbeşte, să discuţi despre problemele şi trăirile sale, să reacţionezi imediat şi rezonabil încercând să satisfaci cerinţele clientului.

Să-i oferi clientului spaţiul necesar, cu respectarea limitei de timp a unei intervenţii eficace. Dacă situaţia o cere, clientul trebuie îndrumat către un alt consilier, ceea ce înseamnă o mai mare deschidere spre flexibilitate şi nu doar formalitate şi satisfacţie în comunicare, ci şi în structura psiho-socială.

Pe parcursul întregului proces al intervenţiei telefonice, consilierul va fi la dispoziţia clientului.

Procesul consilierii constă în interacţiunea a doi subiecţi: consilierul şi clientul.

Interacţiunea este realizată, în principal, sub forma unei comunicări verbale, folosind în acelaşi timp resurse ale comunicării nonverbale.

Cerinţe importante ale activităţii consilierului:

- ascultarea cu atenţie a conţinutului comunicării,

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- conştientizarea / asumarea / înregistrarea / perceperea cerinţelor şi a aşteptărilor clientului,
- conştientizarea trăirii clientului,
- realizarea unei cercetări graduale - pentru a localiza problema,
- în cadrul comunicării, lucrul cu tehnici verificate ale comunicării (întrebări, reflecţii, intervievare, empatie),
- oferirea de posibilităţi, sfaturi şi furnizarea de informaţii,
- explorarea aspectelor periculoase pentru client,
- în final, sintetizarea şi confirmarea înţelegerii clientului,
- oferirea posibilităţii unei permanente intervenţii sau îndrumarea clientului către un alt consilier,
- încheierea comunicării.

E important ce spunem, dar şi cum spunem.

**Comunicarea ca instrument de consiliere**

**Exerciţiu**

**Prima sarcină**

Grupul lucrează sub îndrumarea unuia dintre participanţi, care este aşezat în aşa fel încât ceilalţi să nu îl vadă şi furnizează celorlalţi informaţii, spre a fi înregistrate. Este asigurată doar vocea colegului, fără *feedback*.

**A doua sarcină**

Grupul lucrează sub conducerea unuia dintre participanţi, aceştia îl văd, pot comunica cu el şi înregistrează informaţiile furnizate.

**Evaluarea primelor două sarcini**

Liderul stabilit pentru cele două sarcini prezintă, dezbate / împărtăşeşte şi analizează sentimentele sale, evaluează situaţia.

Grupul analizează diferenţele dintre cele două sarcini. Îşi expun sentimentele, dificultăţile în timpul rezolvării - înregistrării sarcinii.

Rezultatul este definirea calităţii şi a caracteristicilor care iau parte într-o comunicare interpersonală eficientă, cât şi conştientizarea diferenţei dintre contactul vizual direct şi contactul realizat doar pe bază de voce.

BCU ARGETRAL - UNIVERSITY LIBRARY

**Comunicarea unidirecțională și comunicarea bidirecțională**

Comunicarea unidirecțională - fără obținerea reacțiilor, dacă receptorul notează / înregistrează, înțelege, acceptă mesajul / informația.

Comunicarea bidirecțională - procesul cognitiv al emițătorului reprezintă un stimul în sprijinul exprimării gândurilor receptorului și invers, procesul duce la obținerea eficientă de *feedback*.

**Comunicarea**

- Transmiterea gândurilor și sentimentelor.
- Schimburi de informații despre situații, gânduri și sentimente.
- Comunicarea socială - o permanentă interacțiune.
- Se derulează într-un anumit cadru și este influențată de situații concrete.

Se realizează chiar dacă în aparență nu comunicăm (comunicăm în fiecare minut, chiar și fără cuvinte).

Cele două niveluri de bază ale comunicării sunt:

- Material - CE spunem (nivelul conținutului informațional).
- Emoțional - CUM spunem (nivelul conținutului afectiv).

**Tipuri de comunicare: verbală, nonverbală, paraverbală / paralingvistică**

**Comunicarea nonverbală**

- Cea mai veche formă de comunicare.
- În cadrul comunicării, cea nonverbală este cea mai reprezentată (există aprox. 70 - 100.000 moduri / procese nonverbale).
- Prin intermediul comunicării nonverbale transmitem încărcătura afectivă, o parte a informațiilor și procesului cognitiv.
- Comunicarea nonverbală oferă o relație.

**Exprimări nonverbale**

- Contact vizual.
- Mimică.
- Gesturi.

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Poziții.
- Distanțe.
- Atingeri.
- Însemne (felul de a se îmbrăca, de a se coafa, bijuterii)

**Comunicarea paralingvistică**

Reprezintă o parte a comunicării, se referă la trăsăturile paralingvistice, sunt semnele abilităților în comunicare, dar indică, în principal, starea fizică.

- Tonul vocii.
- Ritmul vorbirii.
- Articularea.
- Modulația.
- Tempoul vorbirii, viteza.
- Oftatul.
- Pauzele, tăcerea.

Comunicarea nonverbală, limbajul trupului = 55%

Comunicarea paralingvistică = 38%

Comunicarea verbală = 7%

**Comunicarea verbală şi paraverbală în consilierea la distanță**

Comunicarea verbală şi paraverbală / paralingvistică reprezintă singurul şi principalul instrument în activitatea de consiliere la distanță.

Actul comunicării este creat pornind de la cuvânt, frază şi conținutul ambelor părți ale interacțiunii, felul de a vorbi, trăsăturile vocii, tonul vocii, tăcerea în timpul conversației, exprimări reținute, neînțelegerea ideilor exprimate, lovind / spărgând / brutalizând / criticând / bătând / izbind ş.a.m.d.

Acestea sunt mijloacele aflate la dispoziția consilierului pentru activitatea sa. Alte mijloace de expresie ale consilierii directe nu se cunosc, ceea ce înseamnă o anumită sărăcire şi încetinire a procesului de intervenție. Aceasta creează, de asemenea, sentimentul disperării pentru cei care au o deosebită nevoie de ajutor.

Este recunoscută absența mijloacelor de expresie precum gesturi, mimică şi altele care completează imaginea actuală şi care au propria lor semnificație pentru consilier. Ea



BCU ASCENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

demonstrează că munca prin intermediul telefonului sau a *Internet*-ului este mult mai solicitantă, cu deosebire în timpul intervenţiei în criză.

Pe de altă parte, există un client care beneficiază de pe urma interacţiunii sociale. Faptul că noi nu îl vedem, că rămâne în anonimat, creează pentru el un spaţiu în siguranţă, în aşa fel încât atunci când comunicarea se realizează, el poate vorbi fără oprelişti despre lucruri pe care nu ar fi fost capabil să le spună în cadrul comunicării directe.

De asemenea, consilierul este înzestrat cu o paletă mai largă de informaţii despre subiecte tabu sau aspecte de drept penal.

**Obstacole în comunicare**

În ciuda celor menţionate există obstacole în realizarea comunicării.

Pentru unii, acestea pot fi de ordin psihosocial - prejudecăţi, lipsa încrederii, ruşine, bariere morale, frica de descoperiri sau clientul este în stare de şoc sau într-o criză.

Alt obstacol poate fi vorbirea incorectă, o insuficientă cunoaştere a limbii, probleme somatice.

Pe parcursul situaţiilor date, comunicarea se realizează, în principal, la nivelul înţelegerii / liniştirii, abordării empatice, confirmării şi acceptării clientului.

Numai după acest cadru de ordin terapeutic al comunicării este pregătit, procesul soluţionării poate începe.

Pe parcursul interacţiunii sociale verbale, atunci când identificăm problema şi structura de personalitate a clientului, alegem una din următoarele forme de comunicare:

- *Comunicarea non-direcţionată* - este forma cea mai frecvent întâlnită din perspectiva intervenţiei prin telefon. Clientul se confruntă cu el însuşi, în timp ce consilierul intervine doar pe alocuri şi confirmă soluţiile alese de acesta.
- *Comunicarea semi-direcţionată* - oferă mai multe posibilităţi şi unele soluţii de succes, care sunt coordonate de consilier.
- *Comunicarea direcţionată* - este mai puţin folosită. Consilierul îndrumă clientul şi oferă soluţii după analizarea situaţiei în amănunt.

**Exerciţiu**

Participanţii pregătesc scenele pentru 3 sub-grupuri, unde se vor desfăşura câte un anumit tip de comunicare. Tema este: Absolventul şcolii generale discută cu părinţii săi ce şcoală să urmeze, ceea ce dă naştere unui conflict ca urmare a alegerii sale.

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

1. Grup - folosind toate tipurile de comunicare.
2. Grup - pantomima.
3. Grup - prin intermediul comunicării verbale şi paralingvistice fără contact vizual.

Scopul: recunoaşterea semnificaţiei unei anumite componente a comunicării.

Vă reamintim

Exerciţiile pentru comunicarea la distanţă - situaţiile model sunt realizate fără contact vizual.

Se va folosi telefonul: Situaţia ideală este să existe posibilitatea de a înregistra, în scopul analizării comunicării.

Folosirea camerei video este extrem de potrivită - participanţii au posibilitatea de a percepe întregul proces şi complexitatea acestuia.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## MODUL III

### Ascultare

**Exercițiu**

Grupul se împarte în emițători și receptori. Fiecare emițător pregătește o experiență, pe care o va împărtăși receptorului. Instrucțiunea pentru destinatar / receptor va fi o altă formă de ascultare:

- Grup - pasiv.
- Grup - reformator.
- Grup - activ.
- Grup - empatic.

**Scopul**

Identificarea și conceperea a patru niveluri diferite de calitate a ascultării.

**Teorie**

Ascultarea este una din componentele de bază și foarte importante ale procesului comunicării. Ascultarea eficientă pe parcursul intervenției telefonice reprezintă jumătatea succesului. Este baza comunicării viitoare. Capacitatea de a asculta corespunzător, în serviciile pe care le oferim, este o artă care poate fi comparată cu elemente de retorică.

Pentru a fi capabil să oferi consultații eficiente, să asiguri obținerea *feedback*-ului, să ajuți în rezolvarea unei situații, trebuie să asculți, în primul rând, clientul, chiar și printre rânduri. Înseamnă să accepți pe cineva și opiniile sale, să îi înțelegi așteptările, să fii empatic, să percepi manifestările sale verbale și paraverbale.

**Ce obținem printr-o ascultare eficientă a clientului**

- Vom înțelege problema.
- Vom înțelege de ce informații are nevoie.
- Vom crea spațiul conversațional al clientului.

BCU "ION CREANGĂ" CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Vom localiza circumstanţele importante.
- Vom putea orienta sensul comunicării.
- Vom şti ce întrebări trebuie puse în scopul de a înţelege mai bine problema.
- Vom cunoaşte părţile puternice şi vulnerabile ale clientului.
- Vom conştientiza natura procesului cognitiv al clientului.
- Vom câştiga timp pentru a clarifica unele idei.
- Prin intermediul mijloacelor paraverbale putem susţine clientul şi îi putem confirma, în mod repetat, că îl ascultăm, acceptăm şi că suntem alături de el.

**Ascultarea ne-eficientă**

- Nu oferim semnale de susţinere.
- Întrerupem conversaţia fără nici un motiv.
- Adăugăm conversaţiei propria noastră experienţă.
- Comentăm, evaluăm, criticăm totul.
- Începem conversaţia cu sfaturi.
- Nu lăsăm clientul să îşi termine povestea.

**Aspecte secundare ale unei ascultări ne-eficiente**

Oboseala solicitantului / consilierului, lipsa concentrării, ascultarea selectivă, indispoziţia, pregătirea insuficientă, lipsa interesului în muncă, momente de agitaţie, zgomot ş.a.m.d.

**Modalităţi de îmbunătăţire a calităţii ascultării**

- În cadrul ascultării a se verifica dacă s-a înţeles ce s-a spus.
- Se va asculta povestea până la capăt.
- Nu se va întrerupe conversaţia.
- Se va învăţa folosirea spaţiului şi timpului, când se permite întreruperea dialogului.
- Se vor alege adecvat întrebările în faza de ascultare.

**Elemente benefice pentru consilier în urma unei proceduri de ascultare corespunzătoare**

- Va fi însuşită o mai bună comunicare cu ceilalţi.



BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Vor fi însuşite diferite soluţii - cele eficiente.
- Va fi facilitat accesul la o mai bogată sursă de idei.
- Se va deprinde exprimarea "Mă interesează să ştiu...".
- Şansa obţinerii relaţiei "Te voi asculta, mă vei asculta" va creşte.

**Consilierea foloseşte modalităţi active şi empatice ale ascultării**

Ascultarea poate avea patru niveluri diferite calitativ:

1. **Pasivă**
   - Este neacceptarea clientului, dezinteres în ce priveşte nevoile sale.
   - Producem clientului furie, frustrare şi alte sentimente asemănătoare.
   - Ineficienţă atât pentru consilier, cât şi pentru client.
   - Diminuează valoarea şi nivelul consilierului şi a instituţiei.

2. **Neutră**
   - Supără, răneşte şi blochează clientul.
   - Atinge respectul de sine al clientului.
   - Este ineficientă atât pentru client cât şi pentru consilier.
   - Este inacceptabilă pentru client şi pentru nevoile sale.
   - Diminuează valoarea şi nivelul consilierului şi a instituţiei.

3. **Activă**
   - Eficientă, cea mai întâlnită formă, oferă spaţiul unei comunicări de calitate.
   - Observă conţinutul, forma şi felul de exprimare, nu întrerupe, evaluează şi oferă sfaturi, schimbă comunicarea prin intermediul frazelor de suport, obţine reacţii cu sprijinul verificărilor, parafrazărilor, sintetizărilor, foloseşte manifestări paralingvistice apropiate, acceptă tăcerea - faze ale tăcerii, care sunt importante pentru ambii participanţi în comunicare.
   - Oferă caracteristici complexe care creează o parte a comunicării interpersonale.
   - Această situaţie oferă, în acelaşi timp, o relaţie, interes din partea clientului cât şi a consilierului, sentimente plăcute, starea psihică bună fiind foarte importantă pentru ambele părţi.

BCU "LUCIAN BLAGA" CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

4. **Empatică**

- Calitativ, cea mai utilizată formă a ascultării. Este forma activă îmbogățită cu relația empatică.
- La un moment este necesar să simți experiența clientului - "să te pui în locul lui".
- Să asculți și cu inima - să înțelegi sentimentele clientului.
- Riscul - să știi când să pui capăt relației, să conștientizezi că este vorba despre client și nu despre tine.

**Exercițiu**

Împărțirea sarcinilor

- Instructori - care concept situațiile model.
- Participanți – observatori.

**Indicație**

Instructorii asigură situațiile model în consiliere folosind componentele formei active empatice a ascultării. Observatorii înregistrează calitatea actului comunicării, cât și posibilitățile și soluțiile posibile.

**Subiect**

"Desființarea poziției deținute la locul de muncă" - clientul este fără un loc de muncă și într-o situație fără ieșire, are o soție și doi copii și nu există o altă poziție liberă la locul său de muncă.

Pentru procesul ascultării este extrem de important să se conștientizeze cum se produce ascultarea și ce ar putea influența ea:

*Un ascultător care nu se concentrează*

Timpul acordat ascultătorului este influențat de lipsa sa de concentrare, el pierzând deseori contextul, clientul simte această atitudine și își pierde încrederea.

*Un ascultător grăbit*

El dorește să termine conversația foarte repede și îl împinge pe client către o situație în care este presat de timp. În situații obiective este important să îl informezi pe client cu privire la timpul avut la dispoziție.



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

*Un ascultător care întrerupe*

El întrerupe tot timpul conversația, nu este capabil să acționeze cu ajutorul ideilor sale și dorește să aibă situația sub control.

*Un ascultător vorbăreț*

Nu este capabil să stăpânească situația, nu realizează că discuția este despre client, nu despre consilier, nu poate lucra în liniște și îl presează pe client.

*Un ascultător superficial*

Nu percepe sau evită să înțeleagă problema; o abordează doar la suprafață. Situație similară cu lipsa de interes sau teama de a aborda problema.

*Un ascultător care nu dorește să surprindă altceva*

Nu acceptă posibile lucruri spuse de client care l-ar atinge. Ar putea duce la o confruntare verbală.

*Un ascultător hipersensibil*

Ripostează puternic la orice (nu acceptă critica).

*Un ascultător egocentric*

Pe tot parcursul conversației, caută să se impună, marginalizează clientul.

**Greșeli în percepția clientului și a situației sale**

**Efectul de salut**

Percepția noastră este influențată de prima impresie. Aceasta este supusă influențelor și confuziilor în mod semnificativ pe întregul proces al comunicării, fie în sens pozitiv, fie în sens negativ.

**Autoproiecție**

Atribuim propriile noastre calități altcuiva și, în același timp, le refuzăm pe ale altora.

**Greșeală de contrast**

Atribuim celorlalți opusul calităților noastre (de exemplu: Ne percepem pe noi înșine ca fiind cei pasivi și pe ceilalți ca fiind cei activi).

BCU ASVCENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Percepția pe baza experienței de viață**

Daca s-a întâmplat înainte se va întâmpla iar. Generalizarea indivizilor și a situațiilor.

**Crearea propriilor teorii pe baza caracteristicilor particulare**

Dacă cineva deține anumite trăsături sau un comportament particular, îi atribuim și altele care credem că se potrivesc bine cu celelalte.

**Percepția stereotipă**

Percepem anumite tipuri diferite de oameni la fel întotdeauna (de exemplu: "Soacrele sunt rele").

**Dependența de propria ierarhie de valori**

Ceea ce reprezintă pentru noi valori, se poate constitui într-un criteriu de analiză a celorlalți (de exemplu: "O persoană educată evaluează pe cineva după nivelul său de educație. Valorezi mai puțin dacă nu ești conform percepției mele").

**Deformarea orientării profesionale**

Judecăm oamenii din perspectiva orientării noastre profesionale (de exemplu: psihologii percep comportamentul uman, dentiștii remarcă dinții).

**Percepția influențată de mediul sau situație în care ne aflăm**

Într-o atmosferă plăcută suntem înclinați să evaluăm mult mai pozitiv și optimist, și invers.

**Rezumatul ascultării**

În urma ascultării putem observa următoarele niveluri:

**Conținutul**

Informare asupra conținut, despre ce vorbim? "Despre ce mă informează clientul?" și "Ce informație ofer" = exprimați-vă clar, concret.



BCU ASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Imaginea emițătorului**

Pe parcursul ascultării de calitate obținem imaginea unui om, care se află în spatele informației "Ce dezvăluie?", "Ce îi dezvălui?" = fiți autentici.

**Relație**

În cadrul procesului de ascultare se creează o anumită relație, care influențează continuu interacțiunea "Ce crede despre mine, cum mă vede?", "Ce cred despre el?" = a clarifica relația, a aprecia, a accepta.

**Cerere**

Noi oferim informația - un conținut care trebuie să atingă un scop, să îl îndrume pe receptor "Ce dorește de la mine?", "Ce doresc de la tine?".

Este foarte important să se realizeze că rolurile de emițător și receptor pot fi schimbate în timpul procesului de interacțiune.

În procesul de ascultare și creare a interacțiunii din cadrul relației, nivelurile menționate mai sus nu trebuie să fie în echilibru - modalitatea de procedură cu privire la această alegere depinde de situații particulare.

**Obținerea *feedback*-ului și procesul ascultării**

Obținerea *feedback*-ului în procesul interacțiunii este extrem de importantă pentru asigurarea calității procesului de comunicare.

Consilierul dezvoltă, susține și schimbă conversația cu ajutorul *feedback*-ului.

**Exercițiu**

*Obținerea feedback*-ului

Participanții lucrează într-un grup (3 dintre ei): clientul, consilierul și observatorul.

*Subiect*

1. Mama la doi ani după naștere caută un loc de muncă. Din cauza multor schimbări în conținutul muncii, ea trebuie să-și îmbunătățească nivelul de calificare. Nu este foarte comunicativă.



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

2. Absolvent al şcolii de meserii după terminarea serviciului militar caută un loc de muncă sau instruire la locul de muncă. Nu este capabil să înceapă. Nu este obişnuit să vorbească despre problemele sale cu străinii - nu este deschis.

*Scopul*

Relaxarea clientului şi cooptarea acestuia într-o conversaţie prin intermediul *feedback*-ului.

*Concluzie*

Participanţii procesează împreună observaţii pozitive si negative. A nu se uita de paralingvistică, pe parcursul înregistrării nu există contact vizual.

Participanţii află informaţii noi referitoare la obţinerea *feedback*-ului şi din Modulul I.

Evaluarea reciprocă a reacţiilor - formular de evaluare pentru:

- "clientul care cere",
- consilier,
- observator.

- ce mi-a plăcut / nu mi-a plăcut?
- ce aş spune?
- ce răspuns aş aştepta?

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Consilierul de la telefon .....

**Formular de evaluare pentru client**

Credeți că sunteți capabil să:

| | | |
|---|---|---|
| Vă rezolvați problema | da | nu |
| Vă exprimați sentimentele | da | nu |

Consilierul a utilizat următoarele elemente adecvate:

| | | |
|---|---|---|
| Tonul vocii | da | nu |
| Întrebări deschise | da | nu |
| Afirmații deschise | da | nu |
| Obținerea *feedback*-ului afectiv | da | nu |
| Obținerea *feedback*-ului la discursul dv. | da | nu |
| Timp suficient | da | nu |
| Abordare respectuoasă | da | nu |
| Exprimarea empatiei | da | nu |
| Confirmarea confidențialității | da | nu |
| Îndemnul de a suna și a doua zi | da | nu |

Consilierul a utilizat următoarele elemente neadecvate:

| | | |
|---|---|---|
| Întrebări închise | da | nu |
| Afirmații închise | da | nu |
| Întrebări de tipul "De ce?" | da | nu |
| Cerințe obligatorii | da | nu |
| A intrat în panică | da | nu |
| Consilierul a vorbit prea mult | da | nu |
| Consilierul a preluat controlul | da | nu |

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

| | | |
|---|---|---|
| Consilierul a făcut presiuni asupra dv. | da | nu |
| Consilierul a devenit autoritar | da | nu |
| Consilierul a fost îngâmfat | da | nu |
| Consilierul a făcut presupuneri | da | nu |
| Consilierul a evitat soluționarea problemei | da | nu |

Mențiuni: .....

.....

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Consilierul de la telefon .....

**Formular de evaluare pentru consilier**

Credeți că ați permis solicitantului să:

| | | |
|---|---|---|
| Își prezinte cazul | da | nu |
| Își exprime sentimentele | da | nu |

Credeți că ați utilizat următoarele elemente adecvate:

| | | |
|---|---|---|
| Tonul vocii | da | nu |
| Întrebări deschise | da | nu |
| Afirmații deschise | da | nu |
| Obținerea *feedback*-ului afectiv | da | nu |
| Obținerea *feedback*-ului la discursul dv. | da | nu |
| Timp suficient | da | nu |
| Abordare respectuoasă | da | nu |
| Exprimarea empatiei | da | nu |
| Confirmarea confidențialității | da | nu |
| Îndemnul de a suna și a doua zi | da | nu |

Credeți că ați utilizat următoarele elemente neadecvate:

| | | |
|---|---|---|
| Întrebări închise | da | nu |
| Afirmații închise | da | nu |
| Întrebări de tipul "De ce?" | da | nu |
| Ați formulat cerințe obligatorii | da | nu |
| Ați intrat în panică | da | nu |
| Ați vorbit prea mult | da | nu |
| Ați preluat controlul | da | nu |

BCU IAȘI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Ați făcut presiuni asupra solicitantului da nu

Ați devenit autoritar da nu

Ați fost îngâmfat da nu

Ați făcut presupuneri da nu

Ați evitat soluționarea problemei da nu

Mențiuni: .....

.....

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Consilierul de la telefon .....

**Formular de evaluare pentru observator**

Credeți că i s-a permis clientului să:

| | | |
|---|---|---|
| Își prezinte cazul | da | nu |
| Își exprime sentimentele | da | nu |

Credeți ca au fost utilizate de către consilier următoarele elemente adecvate:

| | | |
|---|---|---|
| Tonul vocii | da | nu |
| Întrebări deschise | da | nu |
| Afirmații deschise | da | nu |
| Obținerea *feedback*-ului afectiv | da | nu |
| Obținerea *feedback*-ului la discursul său | da | nu |
| Timp suficient | da | nu |
| Abordare respectuoasă | da | nu |
| Exprimarea empatiei | da | nu |
| Confirmarea confidențialității | da | nu |
| Îndemnul de a suna și a doua zi | da | nu |

Credeți ca au fost utilizate de către consilier următoarele elemente neadecvate:

| | | |
|---|---|---|
| Întrebări închise | da | nu |
| Afirmații închise | da | nu |
| Întrebări de tipul "De ce?" | da | nu |
| Consilierul a formulat cerințe obligatorii | da | nu |
| A intrat in panică | da | nu |
| Consilierul a vorbit prea mult | da | nu |
| Consilierul a preluat controlul | da | nu |

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Consilierul a făcut presiuni asupra clientului da nu

Consilierul a devenit autoritar da nu

Consilierul era îngâmfat da nu

Consilierul a făcut presupuneri da nu

Consilierul a evitat soluționarea problemei da nu

Mențiuni: .....

.....

**Teorie**

Obținerea *feedback*-ului

- are scopul de a scoate în evidență comportamentul,
- nu este permisă interferarea cu respectul de sine al clientului,
- este concret, clar şi obiectiv,
- este de susținere - utilizează aprecieri,
- utilizează demonstrația paralingvistică,
- nu face judecăți de valoare,
- utilizează formularea "EU",
- oferă - nu impune,
- păstrează echilibrul dintre *feedback*-ul pozitiv şi cel negativ.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## MODUL IV

### Bazele efectuării intervenției telefonice

### Spațiul de comunicare

Procedura intervenției telefonice este compusă din mai multe elemente care sunt realizate în spațiul de comunicare, limitat în timp, de către / cu acceptarea soluționării problemei.

Elemente particulare ale spațiului de comunicare operează în același timp, sunt complementare și se susțin reciproc.

Spațiul de comunicare trebuie să fie plăcut și să creeze o comunicare adecvată, acolo unde clientul se simte în siguranță, acesta nu trebuie împins în afara acestui spațiu de siguranță, adică în afara spațiului de comunicare.

În același timp, trebuie să ofere o atmosferă de lucru adecvată pentru consilierul la distanță, pentru ca acesta să se simtă confortabil și în siguranță și pentru a fi capabil să ofere un serviciu de consiliere de calitate.

### Actul de comunicare - dialogul

Actul de comunicare - dialogul - începe prin ridicarea receptorului, prezentare și se continuă cu începerea dialogului dintre consilier și client. Formulele de încheiere de tip "la revedere" punctează încheierea dialogului.

În timpul conversației se creează o relație specială între client și consilier. De cele mai multe ori este o relație pe termen scurt, dar ceea ce primează este calitatea relației. În timpul actului de comunicare această relație se poate schimba în intensitate precum și în modul său de evaluare. Relațiile bine stabilite - prin sentimente de încredere, siguranță și acceptare - duc la o mai bună cooperare de ambele părți.

Întregul proces de comunicare reprezintă relația și munca în cadrul atmosferei relaționale, în care trebuie să existe un respect continuu și reciproc, procesat în cadrul structurilor tip de dialog.

Relațiile deja create pot, de asemenea, prezenta dificultăți. Clientul poate dezvolta o relație prea apropiată cu consilierul sau cu instituțiile reprezentate și dorește să pună bazele unei prietenii, care în cele mai multe cazuri poate fi caracterizată ca fiind manipulatoare.

Acest fenomen apare în toate centrele de consiliere și reclamă o doză crescută de profesionalism și răbdare. Clientul trebuie informat despre serviciile oferite, precum și care sunt oportunitățile și limitele impuse.



BCU TRANSILVANIA UNIVERSITY LIBRARY

**Rezumat**

Aria de comunicare reprezintă spațiul și timpul în care se realizează actul de comunicare - dialogul - între doi subiecți. Actul de comunicare este însoțit de crearea unei relații și este condus prin structurile de dialog recomandate, care sunt susținute și dezvoltate prin tehnici de comunicare.

**Structura comunicării**

Fiecare act de comunicare conține o anume gradualizare a procedurii realizate trecând prin ascultare și dobândirea informațiilor și continuând cu dezvoltarea conversației care duce la atingerea scopului - soluționarea problemei.

Acest proces decurge aproape întotdeauna într-o formă specifică, ce prezintă o structură proprie, așa numitele "etape ale conversației".

Este necesar să ne notăm, deoarece nu toate conversațiile se vor încadra în același model, fiecare dintre următoarele elemente: scurte date informative de contact, dacă este sau nu subiectul agresiv; testele sau dialogurile de grup au forme diferite.

**Modelul de bază are trei etape**

**I. Începutul conversației**

Stabilirea contactului - crearea unui nivel de încredere de bază, primul nivel de încredere, acceptare, asigurarea susținerii și siguranței.

**II. Partea de mijloc a conversației**

Explorare - ascultare, analizarea problemei, suport emoțional, empatie față de sentimentele clientului, clarificarea întrebărilor de bază, soluția dată, de regulă, pentru problema respectivă, îndrumare și oferirea de informații.

**III. Încheierea conversației**

Rezumat - confirmarea primirii informațiilor, verificarea situațiilor periculoase pentru client, clientului i se mulțumește pentru telefon ceea ce va asigura "ușă deschisă" pentru client și pentru posibilitatea de a mai suna pe viitor.

Secțiunea următoare va fi concentrată pe analizarea detaliată a etapelor de bază în conversație cu indicarea de proceduri concrete și idei pentru familiarizarea cu procesul conversației, nu numai dintr-un punct de vedere formal, dar și din punct de vedere al aplicabilității practice.

BCU "ȘCOALA CENTRALĂ" UNIVERSITY LIBRARY

**Desfăşurarea conversaţiei**

Desfăşurarea fiecărei conversaţii telefonice, scurte sau de lungă durată, are o structură similară: început, partea de mijloc şi încheierea conversaţiei. În cadrul acestor etape există şi alte perioade specifice.

Informaţiile detaliate despre aceste componente specifice ne ajută să analizăm în profunzime oportunităţile practice, importante în realizarea unei conversaţii eficiente.

**Începutul conversaţiei**

Stabilirea contactului - crearea unui nivel de încredere reprezintă baza fiecărui dialog. Dacă un client simte că este acceptat şi respectat de consilier, acest fapt se va traduce printr-un sentiment de siguranţă şi de susţinere. Spaţiul de comunicare pe care îl oferiţi poate reprezenta spaţiul în care clientul îşi poate încredinţa problemele.

1. Aţi creat spaţiul care vă permite să vă concentraţi, să vă focalizaţi atenţia către client. Cu alte cuvinte: încercaţi să vă detaşaţi de ceea ce ar putea să vă distragă atenţia, pe cât posibil.
2. Este de dorit să ridicaţi receptorul telefonului la al treilea apel. Clientul va avea timp să-şi facă un rezumat al ideilor sale şi să-şi confirme decizia de a discuta despre problema sa. Dumneavoastră puteţi folosi această perioadă de timp pentru a vă concentra asupra conversaţiei care va începe.
3. Întâmpinaţi clientul într-un mod prietenos, cum ar fi "Bună dimineaţa, acesta este Centrul de Consiliere şi Informare". Mulţi oameni sunt influenţaţi de modul în care începe conversaţia.
4. Continuaţi având în vedere respectul pentru fiecare client şi luând în calcul cele prezentate mai sus cu privire la capacitatea de ascultare, răspundeţi utilizând tehnicile verificate în scopul de a pune bazele unei relaţii de reciprocitate, confirmând prin aceasta principiul încrederii.
5. În cazul în care apar în discuţie chestiuni intime, este necesar să le clarificaţi la începutul conversaţiei. Informaţi clientul că informaţiile transmise cu ajutorul liniei telefonice sunt confidenţiale şi că datele despre client (nume, adresă etc.) nu sunt importante, confirmaţi faptul că sunteţi acolo pentru a-i oferi informaţia dorită şi consiliere.
6. La începutul conversaţiei unii clienţi sunt tăcuţi sau plâng, alţii pot fi nepoliticoşi, acesta este pentru ei un mod de a testa linia telefonică sau consilierul.

BCU "Ion Creangă" UNIVERSITY LIBRARY

**Partea de mijloc a conversației**

Explorarea - întrebați despre conținutul și contextul convorbirii, concentrându-vă pe sentimentele clientului.

În primul rând, trebuie să sesizați dacă este clientul cel care conduce conversația sau dumneavoastră. Mulți dintre clienți nu știu ce să spună, ideile lor nu sunt ordonate și sunt într-o formă psihică proastă din cauza situației în care se află. Ei au nevoie de ajutorul dumneavoastră; au nevoie să-i ascultați cu atenție și să-i ajutați să-și clarifice situația în care se găsesc și, respectiv, să identifice această situație și beneficiile pe care le pot avea în urma conversației purtate. Această etapă necesită, de obicei, o perioadă mai lungă de timp, în a doua fază a conversației.

1. Ascultați și reacționați astfel încât clientul să conștientizeze ajutorul dat în clarificarea situației și nevoilor sale. Încercați să-i înțelegeți sentimentele și să-i oferiți susținere emoțională, exprimându-vă empatia.
2. În anumite situații, utilizați tehnici adecvate, cum ar fi: afirmații deschise și reflexive, întrebări potrivite, care să vor ajute să explorați conținutul dialogului.
3. Controlați și verificați informațiile dobândite astfel încât să fiți sigur că ceea ce ați auzit și acceptat este adevărat. Faceți această verificare împreună cu clientul.

**Clarificarea întrebărilor de substanță și rezumat**

Această etapă nu este întotdeauna necesară, dar în multe cazuri poate deveni cea mai importantă parte a conversației. Va trebui să acordați o atenție sporită răspunsurilor clientului la întrebările dumneavoastră, la clarificarea ideilor rostite. Aceasta va confirma dacă clientul dorește să schimbe direcția conversației. În aceeași măsură empatia face posibil să respectați dorințele și sentimentele clientului, astfel încât să nu faceți presiuni asupra clientului să dezvăluie informații sensibile din punct de vedere afectiv, în cazul în care el nu dorește aceasta.

1. Există subiecte care, pentru client, par a fi în afara "problemei în discuție" (clientul nu dorește să fie conștient de aceste subiecte, dar dumneavoastră trebuie să fiți conștient de acestea și să fiți capabili să le recunoașteți. Pe de altă parte trebuie să fiți gata să ajutați și clientul să conștientizeze aceste probleme. Rezumarea discuției vă poate ajuta mult în această etapă).
2. Implicați-vă în starea de frică și anxietate și ajutați clientul, în cazul în care este interesat, să-și exprime sentimentele cu ajutorul dumneavoastră.
3. Ajutați-vă clientul să identifice tipul de ajutor de care are nevoie și în același timp oferiți-i informațiile necesare cu privire la oportunitățile și limitele instituționale.



BCU IASI - UNIVERSITY LIBRARY

4. Decizia sau conştientizarea situaţiei va rămâne la latitudinea abordării / atitudinii clientului şi a sentimentelor sale. Nu vă oferiţi ajutorul imediat; încercaţi să-i lăsaţi clientului un spaţiu de căutare pentru soluţionarea problemei lui. Ajutorul rapid din partea consilierului poate părea o dorinţă de a încheia convorbirea rapid sau temere de atitudinea sau sentimentele clientului. Felul în care clientul poate fi ajutat va fi lăsat la aprecierea acestuia, fiind în funcţie de aşteptările sale. Altfel vom reduce posibilitatea de soluţionare, deoarece clientul ratează şansa de a lua în considerare şi a-şi defini singur aşteptările.

5. Aveţi în vedere că clientul are nevoie de susţinere emoţională, dar este important să ştiţi că dumneavoastră nu-l puteţi forţa să accepte acest tip de susţinere.

**Prezentarea oportunităţilor şi informaţiilor**

După ce aţi parcurs principalele etape şi aţi obţinut definirea problemei din punctul de vedere al clientului, adică chestiunea asupra căreia trebuie să vă concentraţi, puteţi începe dialogul cu privire la oportunităţi. Clientul poate avea experienţă în rezolvarea anumitor probleme sau poate şti în mare măsură cum să acţioneze mai departe. După analizarea altor oportunităţi oferite de către consilier, clientul, singur sau cu ajutorul consilierului, va avea posibilitatea de a alege soluţia cea mai potrivită.

Trebuie să comunicaţi foarte mult la momentul prezentării acestor informaţii. Cu toate acestea, este foarte important să fiţi conştient că clientul necesită doar informaţie sau aşteaptă un anumit nivel de consiliere. Aceste informaţii oferite de consilier le completează pe cele aflate deja în posesia clientului şi care vor fi utilizate în procesul decizional şi soluţionarea situaţiei sale. Informaţia este oferită la nivelul pe care clientul este capabil să-l accepte conform vârstei, educaţiei sale etc.

Verificaţi dacă informaţiile furnizate au fost înţelese. Înarmaţi-vă cu răbdare în cazul în care clientul are nevoie ca informaţiile respective să fie repetate pentru a le reţine.

**Ajutarea clientului să identifice pasul următor**

Această etapă devine parte integrantă a tuturor conversaţiilor. În acest moment puteţi oferi recomandări, în cazul în care acest lucru este necesar. Atunci când clientul a analizat toate posibilităţile şi a dobândit suficiente informaţii, el poate decide să continue.

1. De asemenea, în aceasta fază este importantă conştientizarea faptului că pasul următor rămâne la alegerea clientului. Consilierul furnizează explicaţiile necesare în legătură cu unele informaţii referitoare la situaţii date.

2. Trebuie să vă familiarizaţi cu strategiile consilierii la distanţă şi cu regulile instituţiei de care aparţineţi, precum şi cu sursele informaţiei. În primul rând, trebuie conştientizat că oferiţi informaţii şi nu sfaturi. Informaţiile sunt oferite clientului pentru ca acesta să decidă - acestea nu reprezintă deloc o indicaţie pentru faza următoare.

3. Abțineți-vă să îndrumați clientul într-o anumită direcție. Excepția este reprezentată de situația în care viața acestuia îi este pusă în pericol, dar chiar și în acest caz clientul trebuie să știe că dv. sunteți persoana care îndrumă / controlează situația.

**Evaluarea, sintetizarea și finalizarea conversației**

În această etapă se analizează împreună cu clientul rezultatele la care s-a ajuns cu privire la soluționarea problemei. Se confirmă poziția clientului în situația analizată și posibilitățile disponibile ca rezultat al informațiilor dobândite.

În cazul în care se dorește un coleg cu mai multă experiență, supervizorul ajută consilierul.

Fiecare conversație are un final, iar modul în care se realizează acesta va determina în ce fel clientul va folosi ca suport informația obținută. Modul în care conversația este încheiată influențează decizia clientului de a mai solicita ulterior instituția la care lucrați.

1. O conversație încheiată cu succes este aceea în urma căreia clientul simte că a fost auzit, susținut, respectat și că a obținut informații utile.
2. Atenție, încheierea conversației nu reprezintă doar o dovadă a capacităților dumneavoastră. În centrul atenției se află tot timpul clientul. Vorbiți despre el, nu despre dumneavoastră.
3. Clientul trebuie asigurat că există posibilitatea să solicite din nou asistență, independent de situația sa actuală, sau chiar dacă a realizat progrese sub îndrumarea dumneavoastră, situația se poate schimba. Clientul vă poate contacta în legătură cu o altă situație, care poate surveni și poate avea nevoie de ajutor sau doar să împărtășească o experiență.
4. O conversație încheiată cu succes poate conține o sintetizare a informațiilor, care va fi realizată de dumneavoastră sau în colaborare cu clientul, aceasta din urmă fiind soluția optimă.
5. Sinteza trebuie să conțină:
   - pașii concreți pe care clientul trebuie să-i realizeze,
   - informațiile oferite,
   - aprecierea, susținerea și posibilitatea unei solicitări viitoare.

**Încheierea conversației poate conține alegorii**

Clientul va informa când dorește încheierea conversației. Clientul simte că nu mai este necesară continuarea conversației și trebuie să i se respecte decizia.



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Atunci când clientul nu doreşte să pună capăt şi conversaţia continuă, verificăm încă o dată ce anume aşteaptă de la procesul consilierii şi vom încerca să evaluăm împreună care ar putea fi finalul sau să continuăm dacă dorinţa clientului este aceasta.

Dacă solicitantul se află într-o situaţie în care viaţa îi este pusă în pericol şi doreşte să finalizeze conversaţia, vom continua interacţiunea, până în momentul în care considerăm şi confirmăm că am eliminat pericolul sau i-am redus intensitatea.

Clientul nu doreşte încheierea conversaţiei deoarece se teme de singurătate sau are sentimente incontrolabile - aceasta este o situaţie care îl poate epuiza pe consilier şi este necesar transferul conversaţiei către supervizor, care va trebui să înceapă o nouă intervenţie terapeutică.

Clientul are o nouă solicitare, cereri noi, refuză să termine conversaţia sau repetă în mai multe rânduri cererea sa şi necesită atenţie - aceste situaţii sunt extrem de dificil de coordonat şi sunt epuizante. O soluţie posibilă ar fi să se impună o limită de timp pentru client.

**După încheierea conversaţiei**

Aceasta reprezintă o parte importantă a activităţii, similar timpului petrecut în contact direct cu clientul. Rezervaţi-vă un moment pentru însuşirea conversaţiei, concepeţi un mod de a vă îmbunătăţi capacităţile de ascultare şi de reacţie. Nu există conversaţie perfectă. Cu cât sunteţi mai capabil să vă exploraţi practica, să acceptaţi ajutorul şi să obţineţi *feedback* din partea colegilor, cu atât vă veţi dezvolta mai bine capacităţile pe viitor.

1. Înainte de începerea unei alte conversaţii luaţi o pauză, gândiţi-vă la cea anterioară, şi recuperaţi-vă forţele. De exemplu, puteţi analiza conversaţia cu un alt consilier sau cu supervizorul.
2. Înregistraţi conversaţia în memoria computerului.
3. Nu răspundeţi la un alt apel dacă încă vă gândiţi la desfăşurarea şi rezultatul celui anterior.
4. Folosiţi metode educaţionale uzuale şi posibilităţile de psiho-igienă aflate la dispoziţie, pentru a vă analiza şi îmbunătăţi activitatea, solicitaţi ajutorul colegilor, de exemplu analize individuale cu un supervizor, seminarii analitice, lecturi etc.

**Colectarea informaţiilor de bază referitoare la client**

1. Pe parcursul interacţiunii în comunicarea prin intermediul telefonului, clientul se prezintă în rolul unei persoane anonime.
2. În cele mai multe cazuri, informaţii concrete cu referire la client nu sunt necesare, dacă se referă doar la consiliere sau la furnizarea unor informaţii generale.



BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

3. În cazul în care problema pe care o are clientul depinde de informații specifice, le vom solicita, explicând necesitatea acestora.
4. Pe parcursul conversației, consilierul este capabil să identifice din conținutul și forma acesteia informații, care îl vor ajuta în dirijarea conversației.
5. Există situații, ca de exemplu cele de criză, când cunoașterea datelor personale de bază este extrem de importantă. Spre exemplu vârsta, adresa, starea socială și situațiile de criză anterioare. Consilierul trebuie să cunoască aceste date încă de la începutul conversației, pentru a putea conduce discuția într-o direcție corectă și, în același timp, eficient.

   Putem obține acest rezultat printr-o utilizare adecvată a întrebărilor deschise și închise, sau a celor strategice. Obținerea acestor răspunsuri este influențată de către activitatea din prima etapă, stabilind un contact concret și construind o bază de încredere și sentimentul de siguranță în cadrul noii relații stabilite.

**Exercițiu**

Grupul de participanți este împărțit în trei subgrupe. Instructorul este clientul și începe să prezinte problema.

Grupul lucrează în conformitate cu structura conversației:

- Primul grup încearcă să stabilească un contact cu clientul într-o primă fază.
- Al doilea grup analizează.
- Al treilea grup încheie conversația.

(Avertisment: Acest exercițiu este de lungă durată).

**Exercițiu**

Povestea "solicitantului" reprezintă un exercițiu care va antrena analiza propriilor sentimente ale consilierului, percepția sa asupra conținutului, înțelegerea problemei în relație directă cu vârsta și nivelul relației, clarificarea problemei care va fi dezbătută cu clientul și orientarea în conținutul furnizat.

*(Fișă de lucru)*

**Povestea lui Peter**

Un tânăr sună la centrul de consiliere; el este într-o stare psihică precară din cauza situației în care se află.



BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Afirmațiile lui Peter au următorul conținut:

Peter a studiat la facultatea de economie. A întrerupt studiile în anul patru din cauza lipsei banilor pentru terminarea studiilor. Între timp s-a căsătorit și soția sa așteaptă un copil.

Și-a dat seama că nu va putea să-și continue studiile. Va trebui să câștige bani să-și întrețină familia. Din acest motiv el caută o slujbă care să-i permită finalizarea studiilor. Eforturile sale nu dau rezultate și din acest motiv este cuprins de disperare.

1. Ce credeți despre acest client, care sunt sentimentele dumneavoastră în raport cu el?

.....

2. Care este problema lui Peter, după părerea dumneavoastră?

.....

3. De ce anume avem nevoie într-o conversație cu el?

.....

4. Care informații ar fi mai potrivite pentru problema lui?

.....

5. Cum vedeți finalizarea conversației?

.....

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## MODUL V

### Tehnici de conversaţie

În comunicare - consiliere prin dialog folosim "tehnici de conversaţie".

Aceste tehnici susţin conversaţia; deschid posibilităţile unei analize mai amănunţite a problemei, ajută clientul să vorbească despre problema sa, deciziile sale şi păstrează o interacţiune continuă.

Tehnicile de conversaţie furnizează consilierului o cantitate mare de informaţii, ajută la verificarea şi clarificarea părţilor principale de conţinut; oferă posibilitatea de a cunoaşte sentimentele clientului şi de a asigura o interacţiune facilă, creează un spaţiu de siguranţă pentru client unde acesta poate renunţa la *stress*-ul iniţial sau permanent.

Tehnicile ajută la construirea unui suport emoţional, iar conversaţia se poate transfera la un alt nivel, mult mai acceptabil pentru client.

Consilierul alege aceste tehnici în legătură directă cu situaţia lui prezentă şi experienţa personală. Atunci când ele sunt adaptate spre un rezultat pozitiv, conversaţia, mai ales în cazuri dificile, îndeplineşte cerinţele unei intervenţii de consiliere şi devine eficientă pentru client.

În procesul consilierii directe, chiar şi în comunicarea prin telefon, printre tehnicile de bază găsim de regulă:

- **Întrebări** - forma şi întrebuinţarea lor.
- **Fenomenul relaţiei** - exprimarea unei impresii reciproce între cei doi subiecţi participanţi la actul de comunicare.
- **Tehnici de consiliere** - utilizate în conversaţie.

### Exerciţiu

Participanţii concep o listă proprie de 15-20 de întrebări pe *flipchart*.

### Întrebări şi utilizarea acestora

Fiecare întrebare are o anumită intenţie şi un scop. Consecinţa acestui fapt este conducerea informaţiei către client şi situaţia sa. În acelaşi timp, îi dă posibilitatea clientului de a explica problema în detaliu, în aşa fel încât evită presupunerile consilierului.



BCU IAŞI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Unele întrebări sunt bune în scopul furnizării unor informații despre client, acestea fiind foarte importante în soluționarea problemei. Alte întrebări deschid calea dobândirii unei mai mari coerențe și totodată ajută clientul să revizuiască aspectele neclare.

Întrebările și tehnicile însoțesc conversația pe tot parcursul ei; aceasta nu înseamnă că întrebările și răspunsurile sunt singurele elemente ale conversației.

Rămâne la alegerea consilierului *cum, când și cât de des* va avea nevoie și le va folosi.

**Clasificarea întrebărilor**

**Exercițiu**

În cadrul pachetului de întrebări, participanții formulează chestiuni legate de subiectul dat.

**Întrebări deschise ajutătoare**

Întrebările deschise ajutătoare permit consilierului să reacționeze la situația clientului într-un spațiu lărgit, nelimitat de alte elemente. În mod curent, nu este posibil să se dea un răspuns într-un singur cuvânt. Întrebările urmăresc secțiuni mult mai concrete din experiența în curs sau cea trecută a clientului.

**Exemple**

- Îmi puteți spune mai multe?
- Care sunt motivele dumneavoastră?
- Ce părere aveți despre ...?

**Întrebări deschise - fraze ajutătoare**

Frazele ajutătoare au aceleași caracteristici ca și întrebările deschise, anume stimulează clientul să spună mai multe despre problema sa. Furnizează o paletă de alegere lărgită și mult mai liberă pentru declarația clientului. Consilierul dobândește astfel mai multe informații referitoare la problemă și, în același timp, creează spațiul pentru exprimările paraverbale.

**Exemple**

- Poate ați putea să-mi spuneți povestea în întregime.
- Mă va ajuta dacă îmi veți spune povestea în amănunt.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Întrebări închise**

Uneori le numim întrebări neajutătoare, deoarece nu furnizează suficiente cunoştinţe. Acestea pot doar bloca clientul, însă nu dezvoltă conversaţia. Răspunsul la aceste întrebări este într-un singur cuvânt. Le folosim doar în situaţii particulare, pentru a obţine informaţii concrete: "Suni de acasă / de la serviciu?". Un răspuns dintr-un singur cuvânt - "da" - ar putea avea o semnificaţie pentru consilier, poate explica de ce clientul vorbeşte atât de încet.

**Exemple**

*Cine....? Cât...? Vreţi să...?*

Întrebările închise sunt folositoare în unele situaţii, pentru procurarea de informaţii concrete. De aceea le numim descriptive.

**Întrebări descriptive**

Sunt utilizate pentru a obţine informaţii referitoare la client, care vă vor ajuta la soluţionarea situaţiei sale. Construiesc realitatea / identifică subiectul şi problema sa.

**Exemple**

- Ce vârsta aveţi?
- Locuiţi la oraş sau la sat?

**Întrebări de tipul "De ce?"**

Întrebările de acest tip sunt, deseori, foarte solicitante, deoarece este imposibil să răspunzi - clienţii înşişi solicită asistenţă pentru că nu ştiu cum au ajuns în această situaţie. Cel mai întâlnit răspuns este "Nu ştiu". Prin urmare consilierul primeşte un răspuns care nu are nici o logică pentru el.

**Exemple**

- De ce nu lucraţi?
- De ce mînţiţi?

Întrebările de tipul "de ce" trec prin etapele ascultare / presiune / interogare. Este necesar să se integreze adecvat utilizarea lor în consiliere.

Vom încerca să nu utilizăm întrebările închise şi pe cele de tip "De ce?". Le vom utiliza numai dacă avem nevoie de anumite informaţii şi fapte. Sunt compuse din declaraţii care exclud sentimentele şi îi refuză clientului dreptul la acestea; sunt supranumite "declaraţii obligatorii".



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Declarațiile obligatorii**

Declarațiile obligatorii nu sunt confortabile și blochează clientul; împiedică cercetarea problemei. În plus, consilierul preia sarcinile clientului.

**Exemple**

- Va fi soluționat cu siguranță.
- Nu vă îngrijorați, totul va fi bine.
- Totul este în regulă, o să dispară în totalitate.

Alături de alte reacții utilizate în conversație integrăm, de asemenea, notele de reflecție. Le vom menționa în acest capitol pe alocuri, deoarece se potrivesc mai mult cu tehnicile din practica de consiliere.

**Note de reflecție sub forma întrebărilor**

În aceste note se reiau cuvintele și sentimentele clientului.

**Exemple**

- Clientul: Întotdeauna când merg la interviu, nu știu ce să spun despre mine, am emoții.
- Consilierul: Spuneți că în timpul interviului aveți emoții și nu știți ce să ziceți despre dv.

**Pe parcursul consilierii sunt utilizate aceste întrebări focalizate**

- Întrebările motivaționale: creează sentimentul încrederii și motivează clientul.
- Întrebările de control: verifică dacă am înțeles clientul cum trebuie, relevă în timp neînțelegerile.
- Întrebările alternative: oferă alternative, nu concep refuzul.
- Întrebările negative: furnizează posibilitatea de a face obiecții, de a stimula inițiativa interlocutorului.

  nu cer răspuns, pot motiva și provoca clientul.
- Întrebările sugestive: influențează interlocutorul.

BCU IAȘI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Considerații asupra întrebărilor**

Literatura de specialitate care se ocupă de intervenția telefonică în cazurile de urgență împarte în patru categorii tipurile de întrebări utilizate, în acord cu autorii care se ocupă în mod sistematic de acestea: întrebări liniare, strategice, circulare și reflexive.

**Întrebări liniare**

Întrebările liniare sunt utilizate în cazuri de urgență. Sunt clare și ușor de înțeles - acesta este avantajul lor. Conversația începe cu ele astfel încât să putem fi îndrumați în problemă.

Utilizând întrebările directe obținem informații și conținut concret. Consecința acestor întrebări este, mai ales orientarea, iar impactul lor are rezultat în procesul confirmării stării clientului, cât și în evaluarea situației. Revizuirea informațiilor dobândite poate duce la schimbarea perspectivei consilierului.

Iată și exemplele: *Când? Cine este? Cum s-a putut întâmpla? Ce vârstă aveți?*

**Întrebări strategice**

Întrebările strategice sunt formulate în cazurile în care dorim să avansăm în conversație; au efect mobilizator și putem furniza soluția în momentul întrebării: *Ce s-ar fi întâmplat dacă ați fi procedat astfel?*

Folosind aceste întrebări, consilierul preia inițiativa și, în același timp, micșorează spațiul clientului. Uneori blochează propriul acces la o soluție constructivă. Aceste întrebări pot conduce la dezvăluirea unor emoții negative.

De exemplu: *Dacă vi s-ar oferi slujbe neinteresante? Veți încerca să revizuiți oferta?*

**Întrebări circulare**

Întrebările circulare sunt utilizate în situații în care consilierul crede că există o interdependență între componente și dorește lărgirea perspectivei, care l-ar ajuta să clarifice problema.

Iată și întrebările: *Cum vă simțiți când vă prezentați noului șef? Ce trăsături personale credeți că vă reprezintă cel mai bine personalitatea?*

Acestea sunt întrebări care descoperă anumite exprimări ale comportamentului și legăturile existente.

**Întrebări reflexive**

Întrebările reflexive sunt următoarele: *Ce ați face dacă vi s-ar oferi o slujbă de probă cu jumătate de normă? Cum ar arăta situația dumneavoastră dacă aceasta s-ar schimba?*



BCU IAȘI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Întrebările de mai sus relevă reacţii constructive sau condiţii referitoare la situaţii ne-experimentate, ce provoacă gânduri pozitive despre viitor, cât şi pregătirea pentru experimentarea unei situaţii neplăcute.

Acest aspect poate diminua grijile şi *stress*-ul.

Utilizarea întrebărilor circulare şi reflexive poate fi solicitantă, drept pentru care tehnica necesită pe de o parte un consilier cu experienţă, iar pe de altă parte cooperarea clientului.

**Tehnica pe trei niveluri în furnizarea întrebărilor**

Următoarea clasificare pe trei niveluri ne furnizează informaţii cu privire la dobândirea informaţiilor de la client fără a-i provoca acestuia reacţii negative.

Nivel 1 - întocmim o schemă a situaţiei - colectarea datelor, informaţiilor, faptelor,
- folosim întrebări închise: *ce...? cine...? când...? cât...? unde...?*

Nivel 2 - construirea relaţiei - se referă la sentimente, opinii, atitudini, semnificaţia unor situaţii,
- utilizăm întrebări deschise: *ce vă interesează? care sunt motivele...? ce semnificaţie are pentru dumneavoastră?*

Nivel 3 - construirea încrederii - se referă la atitudini şi valori,
- utilizăm întrebări deschise: *de ce este important pentru dumneavoastră ...? de ce credeţi că ...?*

**Cum să obţii efectul optim în urma întrebărilor**

În procesul interacţiunii ne vom concentra pe întrebări adecvate, fără referire la situaţie. Întrebările trebuie să fie inteligibile, logice, să-şi atingă scopul şi să fie în acord cu personalitatea clientului.

**Exerciţiul 1**

În cadrul unui set de întrebări, participanţii le particularizează plecând de la situaţia dată.

**Exerciţiul 2**

Fiecare participant imită un personaj celebru din viaţa culturală sau sportivă. El însuşi nu ştie ce nume poartă scris pe spate. Prin intermediul întrebărilor trebuie să afle ce personaj imită şi ţine cont de numărul întrebărilor care l-au ajutat să găsească răspunsul.

**Finalizarea exerciţiului 1**

Participanţii lucrează împreună la (re)construirea setului de întrebări. Întregul grup analizează întrebările din punct de vedere al tipului, clasificării după nivel şi efectului asupra întrebării propuse.



BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## MODUL VI

**Fenomene de relaţie - exprimarea efectului reciproc între subiecţii actului de comunicare**

**Tehnicile de comunicare care influenţează direcţia de consiliere**

**Fenomene de relaţie**

După cum am menţionat mai sus, în cadrul actului de comunicare se realizează o relaţie deosebită între consilier şi client. Această relaţie, independent de natura sa, este întotdeauna reciprocă şi prezintă caracteristicile eficienţei şi influenţei dintre subiecţi.

Cuvintele clientului pot declanşa reacţii din partea consilierului, care pot influenţa ulterior clientul. Din motivele menţionate, este foarte important să se cunoască propriile trăsături, nu doar experienţa personală, şi, în acelaşi timp, ar fi optim să se prezinte experienţa neprocesată, care poate transforma / influenţa subconştient / realiza un impact asupra procesului de comunicare (furnizăm soluţiile proprii pe care le-am folosit înainte - trebuie să conştientizăm că situaţia clientului este una diferită acum şi fiecare reprezintă o individualitate).

Este important, de asemenea, să se păstreze o aşa-numită obiectivitate, distanţa între client şi propria persoană, ceea ce înseamnă diferenţierea sentimentelor noastre de cele ale celeilalte persoane.

În această situaţie clientul riscă, nu consilierul, iar din acest motiv consilierul trebuie să păstreze o anumită distanţă. El poate ajuta constructiv numai dacă este neutru şi independent.

Prin intermediul unui dialog corespunzător dovedim clientului empatie, iar prin intermediul altor capacităţi şi tehnici ajutăm clientul să-şi depăşească problema, să găsească o soluţie, de fapt cea aleasă de client în ultima etapă.

Dacă îi luăm această posibilitate clientului şi decidem noi în locul lui, nu vom căpăta niciodată experienţă în ce priveşte coordonarea situaţiilor de *stress*. Nu vom învăţa niciodată să înţelegem, să concepem coerent, el nu se va înţelege pe sine şi din acest motiv va fi incapabil să-şi soluţioneze problemele stării sale actuale.

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Empatia**

Empatia provine de la cuvântul grecesc **empathos.** Exprimă abilitatea şi înţelepciunea cuiva de a simţi şi experimenta starea psihica a altcuiva în cadrul comunicării cu această persoană şi de a înţelege motive, sentimente şi eforturi neexprimate pe cale verbală.

Consilierul ascultă, respectă întru totul sentimentele clientului - "se pune în locul lui". Consilierul intră în rezonanţă cu sentimentele acestuia, dar niciodată exact în modul în care au fost trăite situaţiile date. Este vorba despre client , iar nu despre consilier.

Acceptăm situaţia, chiar dacă o parte din noi este împotrivă. Oferim empatie, neţinând cont de propriile noastre sentimente şi opinii.

Un comportament lipsit de empatie din partea consilierului poate duce la sentimente de refuz, la situaţia de a exprima alte experienţe / trăiri. Poate să intervină atunci când sunt descrise sentimente care au fost blocate.

**Empatia reprezintă o abilitate, adică nu toată lumea o posedă, dar o putem deprinde, dezvolta şi diversifica în scopul utilizării sale în procesul consilierii.**

**Exemple de exprimare empatică**

- Spuneţi ce a fost cel mai dificil.
- Vă simţiţi fără putere şi umilit.
- Credeţi că nu este vina dumneavoastră.

**Fenomenul relaţional - proiecţia şi compasiunea pot fi schimbate cu empatia**

**Proiecţia**

Proiecţia experienţei personale, motivelor, dorinţelor şi părerilor proprii asupra relaţiei în desfăşurare are semnificaţia transmiterii acestora în direcţia clientului. În acest caz influenţăm relaţia, mai ales din cauza experienţei neprocesate. Încercăm să ne impunem propriile sentimente în funcţie de ce transmite clientul.

*Exemple de proiecţii care ar trebui să nu apară în dialog:*

- Ştiu ce simţiţi, mi s-a întâmplat şi mie.
- Când mi s-a întâmplat acest lucru, am simţit la fel.
- Ştiu cu exactitate ce vreţi să spuneţi.

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

### Identificarea

Presupunem (greşit) că persoana consiliată simte asemeni nouă într-o situaţie similară. Identificarea cu clientul este creată; aceasta înseamnă că înţelegem datorită identificării.

Pentru moment ar fi folositor pentru consilier dacă ar şti când să abandoneze identificarea şi să păşească la un nivel mult mai obiectiv, când să impună o distanţă faţă de problema în cauză şi să furnizeze sugestiile următoare.

### Compasiunea

Acest fenomen reflectă "înţelegerea" noastră, dovedim compasiune faţă de client, în legătură cu situaţia lui.

Prin intermediul compasiunii limităm comunicarea la apreciere, confirmăm că s-a întâmplat un lucru neplăcut, care ar trebui să nu se mai repete.

Consilierul realizează o analiză/evaluare prematură a situaţiei date, având ca urmare micşorarea spaţiului de comunicare. Identificarea este reintrodusă, mai ales dacă este consilierul cel care a experimentat o situaţie similară.

Se creează un cerc vicios, iar clientul rămâne în aceeaşi situaţie.

*Exemple de declaraţii de compasiune:*

- Este îngrozitor.
- Îmi pare rău că vi s-a întâmplat.
- Trebuie să fie tare neplăcut.

### Tehnici de comunicare în procesul de consiliere

Următoarele tehnici ajută la construirea unui dialog de calitate: îndrumarea clientului, utilizarea reflecţiei, sumarizarea, parafrazarea, evaluarea şi reţinerea informaţiilor.

Aceste tehnici sunt confirmate în orice conversaţie cu clientul care aşteaptă ajutor. În general, sunt valabile în interacţiunea directă, cât şi în cea realizată prin intermediul telefonului.

### Orientarea

Orientarea începe în prima fază a dialogului, după stabilirea contactului şi construirea încrederii de bază.

Orientarea clientului înseamnă că suntem întotdeauna cu el, că ne însuşim ritmul lui şi exprimările paraverbale (de exemplu, tăcerea).

În mod treptat se realizează o relaţie de calitate, încredere şi apreciere.

BCU "MIRCEA CEL BĂTRÂN" CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Rezumarea**

Confirmăm clientului că este auzit prin reproducerea celor spuse înainte de el. În acelaşi timp, verificăm dacă am înţeles bine ce ni s-a spus şi după aceea avansăm în conversaţie. Rezumarea se foloseşte la finalul conversaţiei, atunci când facem rezumatul şi tragem concluzii.

**Parafrazarea**

Parafrazarea este reluarea conţinutului pe care l-am ascultat şi, în acelaşi timp, prezentarea acestuia într-o altă formă, prilej cu care îi oferim clientului o altă perspectivă.

**Remarcile**

Reprezintă o denumire mai acceptabilă a declaraţiei clientului şi ar trebui să aibă forma unei reconcilieri. De exemplu, rapacitate - comportament dominator.

**Fixarea informaţiilor**

Prin aceasta tehnică se reţin informaţiile oferite de client. Păstrăm ce este important, mai ales de natură pozitivă. Nu vom reţine informaţii nefolositoare, deoarece dacă insistăm asupra lor s-ar putea să devină neclare.

**Declaraţiile de evaluare**

Prin intermediul declaraţiilor de evaluare se confirmă că ceea ce spune clientul este important. În cadrul lor se evaluează efortul clientului de a solicita şi soluţiona situaţia într-un mod pozitiv. Declaraţiile de evaluare au caracter motivaţional.

**Reflecţia - ecou**

Această tehnică ne confirmă că înţelegem sentimentele clientului şi poate fi demonstrată prin trimiterea de semnale complete sau parţiale repetând exprimările sale verbale sau paraverbale.

De exemplu: Clientul vorbeşte încet - ne conformăm tonului exprimării sale.

De exemplu, reflecţia la *"Sunt furios deoarece şeful vrea să mă concedieze*" poate fi "*Hmm, eşti furios deoarece şeful tău vrea să te concedieze.* "

**Exerciţiu**

Scenariul propus se referă la secretul lui Tom. Citiţi-l şi analizaţi-l în grupuri mici.

Participanţii lucrează în grupuri de 4-5.

BCU IAŞI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

*(Fişă de lucru)*

**Povestea lui Tom**

Tom lucrează de câțiva ani în domeniul cercetării cu privire la noi substanțe chimice. De mai mult timp se simte amețit şi obosit, iar capacitatea lui de concentrare a scăzut. În ultimele săptămâni a simțit un fel de greutate pe piept şi are probleme cu respirația.

Tom hotărăşte să meargă la doctor, care l-a trimis de urgență la analize mai amănunțite. Rezultatul a arătat că Tom trebuie să înceteze să mai lucreze în locul respectiv, din cauza stării sale precare de sănătate. Tom nu a spus nimănui.

Tom este îngrijorat de starea sa de sănătate şi se teme să nu-şi piardă locul de muncă. Cea mai mare problemă este cum va accepta familia sa această chestiune. Soția sa lucrează cu jumătate de normă, iar copiii sunt încă în şcoală.

1. Prin ce trece Tom?

.....

2. Care sunt gândurile, părerile sale?

.....

3. Ce urmări poate avea această situație?

.....

4. Cum se va comporta el?

.....

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## MODUL VII

**Consilierul - instrumentele personale de consiliere, cadrul său de referință trebuie să conțină o formă de comportament adaptată - asertivitate**

Asertivitatea reprezintă un instrument al consilierului care îi permite să se orienteze în situații dificile întâlnite în activitatea sa de consiliere.

Răspunsul la comportamentul clientului poate fi diferit, dar consilierul profesional poate utiliza în actul de comunicare un comportament asertiv, ceea ce reprezintă un beneficiu pentru ambele părți.

Este adecvată completarea acestui program cu modulul de formare focalizată de comportament asertiv, în cazul în care participanții nu prezintă aceste instrumente - ca filozofie personală.

*Pentru a vă reaminti, vă vom oferi câteva dintre regulile de bază ale asertivității.*

**Ce reprezintă asertivitatea?**

Asertivitatea reprezintă o filozofie de viață bazată pe atitudini caracterizate de respectul de sine şi de respectul pentru ceilalți. Se pun în aplicare reguli pentru sine, precum şi reguli pentru ceilalți.

Asertivitatea reprezintă abilitatea de a exprima direct şi clar propriile sentimente, opinii, nevoi şi dorințe, într-un astfel de mod care să nu lezeze demnitatea altuia şi nici cea proprie.

Asertivitatea reprezintă acceptarea responsabilității pentru faptele noastre şi confirmarea dreptului de a fi judecați pentru acțiunile noastre. Reprezintă susținerea împotriva eforturilor altora de a ne manipula.

Asertivitatea reprezintă un comportament caracterizat de calm, respect de sine, încredere în puterile proprii, care oferă o aplicare adecvată a propriilor drepturi, fără a aduce atingere drepturilor celorlalți.

Asertivitatea reprezintă o formă de comportament care poate crește şansele de succes în interacțiunea cu ceilalți, fără a purta povara exigenței şi fără a fi forțați sau manipulați de către ceilalți.

Asertivitatea reprezintă un comportament cu caracteristici diferite de ale unui comportament pasiv sau agresiv.



BCU "CAROL I" CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Cele zece drepturi asertive**

1. Am dreptul să supun judecății propriul comportament, propriile gânduri și sentimente și să fiu responsabil pentru consecințele lor.
2. Am dreptul să nu mă scuz, să nu dau nici o explicație și să nu cer iertare pentru comportamentul meu.
3. Am dreptul să apreciez când și în ce măsură sunt responsabil pentru soluționarea problemelor celorlalți.
4. Am dreptul să îmi schimb punctul de vedere.
5. Am dreptul să fac greșeli și să fiu responsabil pentru greșelile mele.
6. Am dreptul să spun "nu știu".
7. Am dreptul de a fi independent de bunăvoința celorlalți.
8. Am dreptul să nu iau decizii logice.
9. Am dreptul să spun "nu te înțeleg".
10. Am dreptul să spun "nu-mi pasă".

**Filozofia asertivă**

1. Accept că fiecare are deprinderi de comunicare bine înrădăcinate și atitudini pe termen lung și care susțin și securizează aceste deprinderi de comunicare.
2. Accept deprinderile de comunicare ca pe un dat.
3. Voi replica prin comunicare asertivă și o atitudine de tipul "toată lumea câștigă" de fiecare dată când ceilalți apelează la comunicare non-asertivă sau agresivă.
4. Înțeleg că oamenii se schimbă numai atunci când vor ei să se schimbe.
5. Îmi aleg standardul personal de comunicare; prefer să folosesc acest standard decât să mă adaptez la standardele de comunicare ale altora.
6. Știu că toți oamenii sunt diferiți și că toate tipurile de oameni sunt OK.
7. Îmi asum responsabilitatea pentru sentimentele, gândurile, atitudinile și comportamentul meu. Îmi dau seama că nu pot fi responsabil pentru sentimentele, gândurile, atitudinile și comportamentul altora.
8. Accept că fiecare individ dintr-o relație este responsabil, în egală măsură, de eșecul sau succesul unei relații.
9. Știu că a fi non-asertiv și agresiv reprezintă o parte a existenței umane.



BOUVET SCIENTIFIC UNIVERSITY LIBRARY

10. Ştiu că fiecare alegere de tip asertiv previne orice altă alegere de tip non-asertiv şi îmbunătăţeşte şansele de succes în cadrul familiei sau la locul de muncă.

| | | | |
|---|---|---|---|
| Sunt capabil să-mi apăr drepturile | Am încredere în mine | Îmi asigură psiho-igiena | Asigur o comunicare optimă şi onestă |

**Asertivitatea reprezintă o filozofie şi nu o formare a abilităţilor de comunicare; aceasta oferă vieţii o calitate mai înaltă.**

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## MODUL VIII

**Tipuri de clienţi şi motivele lor de a apela un serviciu de tip *"help line"***

**Primul grup** este format din clienţi care se adresează acestui serviciu din cauza unei saturaţii insuficiente a contactului social şi a oportunităţilor reduse pentru a discuta despre situaţia lor.

**Al doilea grup** este format din indivizi care utilizează contactul prin telefon pentru a-şi păstra anonimatul, fie din cauza conţinutului problemei, fie dintr-un alt motiv de securitate personală.

**Al treilea grup** este format din clienţi care au nevoie de ajutor direct, dar nu au curajul necesar, astfel încât apelează la ajutor pe această cale. O experienţă pozitivă îi poate motiva să caute o altă formă de intervenţie.

**Al patrulea grup** este reprezentat de clienţii care au nevoie urgentă de ajutor - intervenţie în situaţii de criză, iar contactul prin telefon e singurul mijloc pe care îl au la dispoziţie imediat şi rapid.

**Al cincilea grup** este reprezentat de clienţii care folosesc linia telefonică de tip *"help line"* în mod regulat şi refuză o altă formă de intervenţie; au nevoie de o atenţie sporită şi de o perioadă mai lungă de timp.

Unii dintre aceştia încearcă să lege prietenii cu consilierii, iar alţii au tendinţa de a vorbi cu alţi angajaţi.

În mod gradual unii clienţi vor deveni dependenţi de linia telefonică. Acest tip de clienţi sunt foarte solicitanţi pentru consilier. Ei îşi asumă rolul de "anchetator" - sunt interesaţi de orice şi de oricine.

Activitatea cu aceşti clienţi este o muncă fără sfârşit. Una dintre soluţii o reprezintă stabilirea unei limite de timp pentru un singur consilier şi să se încerce pas cu pas ca clientul să beneficieze de pe urma acestui serviciu conform acestei reguli. Nu este posibil şi nu este etic să-i excludeţi. Fiind verificate în multe cazuri, regulile menţionate mai sus sunt acceptabile.

În literatura de specialitate se menţionează că acest tip de clienţi sunt dependenţi de cineva şi că această simbioză reprezintă o relaţie compensatorie pentru o altă relaţie nesatisfăcătoare din copilărie. Prin urmare este bine să nu ne facem iluzii că terapia prin telefon le-ar putea soluţiona problemele.

**Al şaselea grup** o reprezintă clienţii care abuzează de acest tip de linie telefonică, şi pe care o consideră "linie erotică". Au tendinţa de a utiliza în mod greşit aceste servicii



BUCHAREST CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

gratuite. Soluția potrivită în astfel de situații este să oferiți clientului numere pentru servicii telefonice de tip "linia erotică" și să încheiați conversația.

**Al șaptelea grup** - reprezintă clienții care testează serviciile noastre. Aceștia verifică dacă într-adevăr suntem aici.

**Al optulea grup** - reprezintă categoria care sună în numele altcuiva sau ca și cum ar fi în numele altcuiva - le e teamă să vorbească direct în numele lor.

**Al nouălea grup** - cel mai mic - sunt "solicitanți tăcuți". Aceștia sună, dar pe parcursul întregului proces de comunicare sunt, de obicei, tăcuți. Motivele sunt diferite; pot avea legătură cu abuzul, manipularea consilierului, o reacție acută la *stres*.

Consilierul lucrează cu acești clienți și încearcă să-i asigure că sunt în siguranță și primesc ajutorul său. Câteodată clientul decide să comunice prin anumite semnale stabilite de comun acord cu consilierul.

**Al zecelea grup** este reprezentat de clienții corecți, care necesită un anumit nivel de consiliere sau informații generale ori specifice. Acest grup este cel mai numeros.

**Tipologia conversațiilor**

**Conversațiile pot fi clasificate din punct de vedere al**

- Formei.
- Intervenției.
- Conținutului.

**Din punct de vedere al formei**

- Conversații test - clientul sună și închide sau își face curaj cu greu să apeleze serviciul în mod real.
- Conversații scurte - au un caracter de verificare.
- Conversații de informare - clientul solicită sau verifică anumite informații.
- Conversații agresive - clientul își îndreaptă agresiunea către consilier.
- Conversații de grup - există mai mulți clienți își dau receptorul unul altuia pentru amuzament. Aceste conversații pot avea ca bază conversațiile de tip test.
- Conversații tăcute - pot avea elemente de test, o formă de abuz, dar așa cum am menționat mai devreme, pot avea un conținut variat.
- Abuzul conștient al liniilor telefonice.

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Conversații singulare.
- Conversații repetate.
- Conversații repetate pe o perioadă lungă de timp.

**Din punct de vedere al intervenției**

- Comunicare - furnizează oportunități pentru conversație, împărtășirea problemei.
- Informare - furnizează informații valide.
- Consiliere - furnizează intervenții de consiliere, o singură dată sau în repetate rânduri.
- Terapie - furnizează intervenția terapeutică - ca prim ajutor, într-o situație de criză.
- Intervenții în situații de criză - oferă ajutor în situații acute de criză.
- Intervenții legale și sociale - oferă informații de bază la un nivel dat.
- Recomandări de specialiști din cadrul rețelei interdisciplinare și instituționale.

**Din punct de vedere al conținutului**

- Orientare prin alegerea domeniului de studiu pentru viitoarea profesie a elevilor absolvenți de scoală primară (învățământ obligatoriu).
- Consiliere școlară / în domeniul continuării studiilor, pentru tinerii cu handicap.
- Consiliere după absolvirea școlii secundare.
  a) Alegerea continuării studiilor.
  b) Alegerea locului de muncă.
- Consiliere după absolvirea studiilor de învățământ superior.
- Consiliere în caz de eșec școlar - total sau parțial - în timpul studiilor din școala secundară (generală sau profesională).
- Probleme relaționale din cadrul familial conexe orientării profesionale, angajării sau șomajului.
- Probleme specifice de dezvoltare sau alegerea profesiei.
- Consiliere în procesul de studiu din învățământul superior sau în caz de eșec.
- Consiliere pentru alte forme de studiu.
- Consiliere pentru copiii supradotați și/sau talentați.



BCU ASC CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

- Consiliere pentru adulți în situația pierderii locului de muncă.
- Consiliere pentru cei cu probleme psihice aflați în șomaj de lungă durată.
- Consiliere pentru femei după încheierea maternității.
- Consiliere pentru indivizi cu disponibilitate de muncă flexibilă.
- Consiliere pentru indivizi cu boli cronice și probleme de sănătate (astm, diabet, alcoolism, alte forme de dependență).
- Consiliere pentru indivizi care și-au schimbat domiciliul din varii motive.
- Consiliere pentru minorități.
- Consiliere la nivel internațional.
- Consiliere în chestiuni umane - legale.

**Tipuri de consiliere și utilizarea diferitelor proceduri**

Oricine reprezintă o individualitate în sine - are caracteristici umane proprii.

Un individ de cealaltă parte a firului este gata să fie la dispoziția oricui și oricând.

Acesta este capabil și dorește să-și ofere ajutorul altcuiva, pentru acel cineva pentru care își va face timp. Aceștia sunt consilierii. Fiecare dintre ei și oricare dintre noi am avut la trecerea prin viață o dezvoltare specifică, am trecut printr-o multitudine de experiențe, precum și prin etape de dezvoltare a vieții profesionale.

Ambele niveluri influențează modul nostru de acțiune, comportamentul și procesul decizional.

Fiecare consilier are un stil propriu de lucru.

Deoarece aici nu există proceduri standard, stil precis definit și reguli pentru o procedură determinată, putem presupune că orice poate fi utilizat pentru a ne ajuta clientul să iasă dintr-o situație dificilă și că nu este important dacă utilizăm o anume teorie sau tehnică.

*În scopul exemplificării, vă oferim câteva tipuri de abordare*

**Consilierii instruiți profesional conform teoriei lui Rogers** vor fi orientați mai mult către ascultarea empatică, spre reflecție, parafrază sau alte tehnici similare. Este o abordare orientată către client.



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Cei orientați dinamic** din punct de vedere profesional au în vedre principiul cauzalității liniare, al relației cauză-efect. Aceştia operează cu elemente psihologice care influențează mişcarea inerțială a individului, mecanismele de apărare, instinctele etc. Cauza conflictuală reperată în trecut, procesarea şi identificarea actuală a efectelor pot duce la eliminarea traumei sau a altor tipuri de conflict.

**Cei orientați sistemic** din punct de vedere profesional abordează clientul ca pe un sistem complex; stilul este cel mai potrivit pentru terapie familială şi este îndreptat către sfera relațională. Se utilizează tehnicile de întrebare, reflecție şi recomandare.

**Cei orientați către o abordare cognitiv-comportamentală** din punct de vedere profesional preferă în procedura lor de lucru diferite exerciții pentru soluționarea problemei, moduri de acțiune şi terapii comportamentale.

Procedeele de natură psihanalitică sunt utilizate în lucrul cu clienții înclinați către suicid sau cu depresii cronice.

Este necesar să înțelegem că nu putem folosi întotdeauna o anumită şcoală sau orientare, care sunt comune pentru toți. În timpul activității cu clientul utilizăm acea abordare sau combinație de metode care să fie cea mai eficientă pentru client în situația dată. Nu trebuie să încercăm să adaptăm clientul la modul nostru de abordare.

**Tipuri de consilier**

**Evaluator**

Tipul de consilier evaluator este cel care conduce conversația într-un mod direcționat. Acesta evaluează situația clientului, abordarea şi comportamentul acestuia. El decide ce este bine şi ce este rău. Critică clientul sau formulează evaluări neadecvate. Această abordare de consiliere nu reprezintă o relație echilibrată consilier-client.

**Interpret**

Acest tip de consilier interpretează comportamentul clientului. Pe parcursul utilizării diferitelor tehnici, încearcă să depisteze motivele problemei apărute, care pot cauza dificultăți de înțelegere din partea clientului. Intențiile consilierului devin neclare pentru client. Rezultatul unei intervenții de acest tip poate duce la neînțelegerea intervenției, de aceea nu este adecvată utilizarea unei asemenea tehnici de comunicare greu de înțeles de către client.



BCU "ION CREANGĂ" UNIVERSITY LIBRARY

**De susținere**

Consilierul susține clientul, încearcă să-l înțeleagă, să-l ajute, folosește empatia ca să-l protejeze. Aceasta înseamnă că încearcă să preia responsabilitatea clientului. Clientul va intra într-o stare de dependență. Este creată oportunitatea pentru transfer și contratransfer.

**Cel care ascultă**

Acest tip de consilier încearcă să obțină cât mai multe informații de la client. Etapa de explorare este prelungită datorită efortului de a obține informații, care nu sunt întotdeauna în relație cu problema dată. Clientul este constant supus presiunii întrebărilor. Această situație poate crea sentimente neplăcute clientului.

**Activ**

Consilierul împinge clientul către soluționarea problemei, înainte ca acesta să se fi gândit la problema în sine. O anumită doză de dinamism are succes în multe cazuri, dar în altele poate supune clientul la presiuni. Clientul nu este capabil să proceseze situația, iar decizia luată poate fi prematură.

**Reflexiv**

Acest tip de consilier își asigură clientul că îi înțelege problemele. Nu are inițiativă în această procedură, ci lasă decizia la nivelul clientului. Creează pentru client un spațiu de meditație cu privire la experiența sa. Nu preia responsabilitatea clientului.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## MODUL IX

### Observații / Bloc experimental

### Situații tip

Participanții la formare joacă un rol specific conform scenariilor pregătite anterior care sunt similare unui apel telefonic real (unei conversații reale). Fiecare participant va avea toate rolurile: consilier - client - observator.

Fiecare dintre participanți notează acest exercițiu într-un caiet. Ei își vor oferi *feedback* reciproc și la sfârșit vor analiza rezultatele în cadrul întregului grup. Este important să fim conștienți că structura apelului / conversației, elementele specifice ale tehnicilor de comunicare au furnizat conținut și sentimente.

Experimentarea unui cât mai mare număr de "situații tip" - analizarea lor și obținerea *feedback*-ului este cel mai bun mod de a vă forma un bun consilier.

### Activitatea cu computerul și *on line* prin *Internet*

Utilizați sistemul de operare de tip Windows. Acest program este specializat pentru cerințele activității în cadrul unei linii telefonice de consiliere.

În timpul conversației sau după încheierea acesteia procesăm / înregistrăm informațiile primite și, în acord cu domeniul în care se află problema, o clasificăm în funcție de tipologie sau de alte criterii.

Pentru operarea soluționării rapide și pentru a furniza informațiile necesare folosim enciclopedii de tip hipertext create gradual. Consilierul care consultă aceste enciclopedii va găsi date importante cu privire la rețeaua școlară, instituțiile sociale, piața muncii de pe tot cuprinsul țării, precum și cunoștințe și abilități de suport.

Trebuie asigurată o îmbogățire constantă cu noi informații și cunoștințe inovative a bazei de date, pentru a fi furnizate apoi clienților. În timpul prelegerii și a activității cu computerul veți fi aduși mai aproape de forma și modul de înregistrare și de utilizare a informației.

În continuarea, este prezentat formularul pentru înregistrarea unei conversații.



BCU IAȘI - CENTRUL UNIVERSITAR LIBRARY

**Model de înregistrare a conversației cu clientul**

*Fișă*

Număr: ..... Codul consilierului .....

Computer: ..... Dată: ..... Ora: ..... Durata conversației: .....

Țară / oraș ..... Mediu de rezidență U / R .....

Vârstă: ..... Categorie de vârstă: ..... Gen: M / F .....

Tip de conversație: .....

Repetitivitate (clientul care sună deseori): .....

Numărul conversațiilor de scurtă durată: .....

Tipologia problemei (conținut): .....

.....

.....

Problema furnizată de către client - înregistrare: .....

.....

.....

Concluzie - descrierea recomandărilor: .....

.....

Forma de intervenție:

- Oferirea de informații .....
- Consiliere .....
- Alte situații. Care? .....

BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Cursul de formare este urmat de verificarea cunoştinţelor acumulate şi a capacităţilor dobândite, prin contactul direct cu clienţii în timpul unei intervenţii telefonice directe.**

**Cursuri practice**

În prima etapă a cursurilor practice veţi asculta problema clientului şi veţi observa reacţiile consilierului. În acest scop vor fi utilizate linii telefonice paralele, care sunt folosite în activitatea de zi cu zi, în special pentru supervizori şi consilieri. Supervizorul are ocazia să asculte procesul comunicării şi să intervină, dacă este cazul, pe parcursul convorbirii. Este un mod de susţinere şi control, dar nu în sensul unei evaluări negative, ci pentru dezvoltarea capacităţilor de comunicare şi analizei ulterioare, precum şi în scopul obţinerii *feedback*-ului. Consilierul are dreptul să asculte convorbirea înregistrată de supervizor, în scopul de a-şi îmbunătăţi capacitatea sa de lucru şi, de asemenea, pentru posibilitatea de a-şi susţine cu argumente procedurile aplicate. Este un mod de a-şi confirma calitatea activităţii sale.

În timpul cursurilor practice veţi colabora cu alţi consilieri şi supervizori cu experienţă. Aveţi dreptul să întrebaţi orice şi să vă aşteptaţi să fiţi întrebaţi. Ei sunt aici pentru dumneavoastră.

În cea de-a doua etapă a cursurilor practice veţi începe să faceţi conversaţii specifice. Rugaţi pe cineva să fie cu dumneavoastră - consilier sau supervizor - în timpul conversaţiei. La încheierea conversaţiei relaxaţi-vă şi înregistraţi-o. Apoi solicitaţi analizarea conversaţiei. Fiţi deschişi şi acceptaţi critica.

Orice problemă pe care o discutaţi cu psihologul este confidenţială.

**Dezvoltare profesională, susţinere şi protecţia consilierului**

Conducerea instituţiilor are grijă de dezvoltarea profesională a fiecărui angajat, prin cursuri de instruire şi de alte programe educaţionale avansate.

Aceste programe asigură:

- Cunoştinţe profesionale şi creşterea imediată a potenţialului de cunoaştere, necesar pentru această activitate interdisciplinară - prin prelegeri, seminarii şi publicaţii.
- Diseminarea şi verificarea capacităţilor de comunicare este susţinută de formare focalizată, seminarii analitice şi ateliere operative.
- Psiho-igiena consilierului se efectuează gradual, în timpul fiecărei şedinţe, sub supraveghere, în consultaţii de grup sau individuale, relevând situaţiile de *stress*, precum şi în timpul conversaţiilor din cadrul echipei de consultanţă. Grupul Balints este de o reală importanţă pentru psiho-igiena constantă.



BCU IASI FILIALA UNIVERSITARA LIBRARY

Vor fi recunoscute toate drepturile dumneavoastră şi activităţile conexe muncii dumneavoastră, inclusiv din punct de vedere organizaţional, din perspectiva conţinutului activităţii de consultanţă.

Vom prezenta supervizorilor conţinutului activităţii de consiliere în scopul cunoaşterii drepturilor şi obligaţiilor acestora. Lucrăm conform codului etic al liniei noastre telefonice.

**Concluzii**

Intervenţia noastră poate fi efectuată numai în cadrul nostru de oportunităţi.

Nu vom putea niciodată demonstra că suntem capabili să soluţionăm orice problemă, ştim acest lucru.

Nu preluăm responsabilitatea clientului.

Nu aşteptăm reacţii de apreciere şi recunoaştere.

O intervenţie reuşită este atunci când clientul nu mai are nevoie de noi şi, mai mult decât atât, ne uită.

**Evaluarea cursului**

În final, am dori să vă solicităm părerea cu privire la acest curs. Vă rugăm exprimaţi-vă în scris opinia cu privire la diverse activităţi - ce a fost în folosul dumneavoastră şi ce nu a fost în folosul dumneavoastră, ce v-a plăcut şi ce nu v-a plăcut, ce anume ar necesita o atenţie sporită şi ce anume ar necesita o atenţie mai redusă.

| | Opinie pozitivă | Opinie negativă |
|---|---|---|
| Exerciţiile din cadrul întregului grup | | |
| Discuţiile din cadrul întregului grup | | |
| Exerciţiile în grupuri mici | | |
| Discuţiile în grupuri mici | | |
| Analiza la nivel afectiv | | |
| Demonstraţia ca supliment al prelegerii | | |
| Exerciţiile model | | |
| Jocurile de rol | | |
| *Feedback* | | |
| *Brainstorming* | | |



BCU "CAROL I" CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

| | | |
|---|---|---|
| Temele | | |
| Analiza exercițiilor | | |
| Exemplificările teoretice | | |
| Explicațiile instructorilor | | |
| Accesibilitatea instructorilor | | |
| Materialele suplimentare | | |
| Structura de conținut | | |
| Caracterul de proces al cursului | | |

Evaluarea dv. va servi drept bază pentru dezvoltarea muncii noastre pe viitor, nu numai în timpul cursului, dar și în pregătirea ulterioară a unor materiale educaționale inovatoare pentru alte stagii de formare.

**Bibliografie**


Collective of authors. *Problémy poradenstva pre voľbu povolania, Výber zamestnania mládeže a dospelých na SlovenSlovaciau.* (Probleme ale orientării în domeniul orientării profesionale. Alegerea locului de muncă la tineri și adulți în Slovacia). SAP, Bratislava, 1994 (Compendiu de articole).

*Course for consultants.* Child line Midlands, London 1996.

Csáder, P.; Bindasová, O. *Materiál k tréningu komunikačných zručností pre supervízorov LDI pri SV pre UNICEF.* (Material pentru formarea supervizorilor în comunicare; abilități LDI la SV pentru UNICEF). Bratislava 1999.

Ďurič, L.; BratSlovaciaá, M. and col. *Pedagogická psychológia - terminologický a výkladový slovník.* (Psihologie pedagogică - dicționar terminologic). SPN, Bratislava 1997.

Gabura, J.; PružinSlovaciaá, J. *PoradenSlovaciaý proces.* (Procesul de orientare). Praha. Sociologické nakladatelství, 1995.

Knoppová, D. a kol. *Telefonická krizová intervence - Linka důvěry.* (Intervenția *on line* în cazuri de criză - Linia de încredere). Nadace psychosociální pomoci REMEDIUM, 1997.

Koščo, J. and col. *PoradenSlovaciaá psychológia.* (Psihologia orientării). SPN Bratislava, 1987.


BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Mallineritsová, E.; Daudová, D. *Materiál k tréningu komunikačných zručností pre konzultantov LDI pri SV pre UNICEF*. (Material pentru formarea consultantului în comunicare; abilităţi LDI la SV pentru UNICEF). Bratislava 1999.

Nákonečný, M. *Encyklopédia obecné psychologie*. (Enciclopedia de psihologie generală). Academia Praha, 1998.

Trlicová, K. *Školiaco-výcvikový kurz pre LDI SV pre UNICEF*. (Curs de formare LDI la SV pentru UNICEF). 1999, material intern.

*Zborník z celoslovenSlovaciaého odborného seminára pracovníkov telefonických liniek LDI pri SV pre UNICEF*. (Compendii - seminarul profesional slovac pentru lucrătorii *on line*; LDI la SV pentru UNICEF). Bratislava 1998.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## 6.3. Utilizarea psihologiei pozitive în consilierea *on line* a copiilor

**Peter SÓLY**
*Slovacia*

Dragi colegi şi prieteni,

Mă numesc Peter Soly şi studiez psihologia, în anul V, la Facultatea de Arte, Universitatea Comenius din Bratislava. Sunt, de asemenea, consultant la Linia Telefonică de Ajutor pentru Copii şi lucrez la Institutul de Psihologie Pozitivă.

Vă voi vorbi în limba slovacă pentru că majoritatea participanţilor de faţă vorbesc slovacă, iar experienţa de ieri cu privire la calitatea traducerii m-a convins că nu trebuie să îmi fac griji pentru colegii mei vorbitori de engleză.

Titlul prezentării mele este puţin diferit de cel publicat în program. Psihologia pozitivă nu este o tehnică de consiliere *on line* a copilului! Sensul corect este **folosirea tehnicilor psihologiei pozitive în consilierea *on line* a copilului.** Structura prezentării mele este, astfel, evidentă din titlu.

În continuare voi încerca să clarific în faţa dumneavoastră:

- ce este psihologia pozitivă,
- câteva dintre caracteristicile consilierii *on line* a copilului din punctul de vedere al psihologiei,
- ce tehnici ale psihologiei pozitive pot fi folosite în consilierea *on line* a copilului, arătând modul lor de aplicare prin câteva exemple de conversaţii *on line*.

Ce este, deci, psihologia pozitivă? Agenda psihologiei pozitive constă în interesul pentru fenomene pozitive ale condiţiei umane (de exemplu, dragoste, suferinţă, curaj etc.). Apoi se referă la ceea ce aş numi principiul complementarităţii: în timp ce psihologia clinică este interesată doar de patologie, psihologia pozitivă este interesată de restul domeniului



BCU ASISTENTA UNIVERSITY LIBRARY

psihologic. Prin urmare, nu e vorba despre un câmp nou al ştiinţei psihologice la nivelul psihologiei personalităţii. Este mai degrabă o nouă paradigmă în ansamblul psihologiei, care percepe atât fenomenele pozitive cât şi pe cele negative în cadrul psihologiei personalităţii.

Psihologia pozitivă continuă pe linia gândirii psihologice introdusă de tradiţia psihologiei cognitiv-comportamentale. Ea este o ramură americană specifică a psihologiei umaniste care, pe de altă parte, caută temeiuri pentru ipoteza sa centrală: fiinţele umane pot învăţa să fie mai optimiste. Asemănarea cu neputinţa învăţată nu este întâmplătoare. Întemeietorul mişcării psihologiei pozitive este profesorul Marty Seligman de la Universitatea Pennsylvania. Vă amintesc de conceptul stilurilor explicative - atributele permanenţei, difuzării şi personalizării.

Seligman a descoperit prin numeroase cercetări şi verificări practice că stilul explicativ pesimist este, în cazul evenimentelor nefericite, permanent, universal şi internalizat. În cazul evenimentelor fericite el este temporar, specific şi externalizat. Stilul explicativ optimist este inversat: în cazul evenimentelor nefericite este temporar, specific şi externalizat, în timp ce în cazul evenimentelor fericite este permanent, universal şi internalizat.

Aceasta înseamnă că ceea ce crede o persoană o face să ducă o viaţă de tristeţe şi nefericire sau o viaţă plină de sens şi fericire. Fiinţele umane, conform psihologiei pozitive, sunt capabile să scape din gheara *matrix*-ului circumstanţelor şi să înveţe să-şi trăiască propria viaţă în mod fericit, cu sens şi autentic. Nu doresc să intru în detalii cu privire la psihologia pozitivă. De aceea vă voi prezenta doar câteva referinţe pe care le puteţi consulta.

Ceea ce ne interesează pe noi este faptul că există mari diferenţe între copiii care folosesc stilul explicativ optimist şi cel pesimist. Pesimiştii ajung uşor la depresie, au rezultate mai slabe în muncă, au mai des probleme de sănătate şi multe aspecte ale vieţii nu le sunt atât de plăcute. Într-o formulare normativă, stilul explicativ pesimist este rău.

Oricum, el poate fi schimbat şi vă voi arăta modalităţi practice ale acestei schimbări în ultima parte a prezentării mele. Voi intra în detalii despre folosirea a două tehnici: argumentarea şi gândirea lentă. Ambele se bazează pe bine cunoscuta metodă a psihologiei cognitiv-comportamentale ABC. Pe scurt, conceptul cheie al acestei metode este că emoţiile nu apar din nimic. Mai întâi are loc un eveniment ostil - A; apoi noi interpretăm acest eveniment folosind sistemul nostru de convingeri - B; şi numai apoi apar consecinţele, acţiunile sau sentimentele noastre faţă de acel eveniment - C.

Înainte de a trece la ilustrarea acestor două tehnici vă voi prezenta pe scurt câteva dintre caracteristicile consilierii *on line* a copilului din punctul de vedere al psihologiei.

Voi vorbi mai detaliat despre patru teme distincte:

*anonimatul clienților:*

- imposibilitatea de a obține informații despre nume, adresă, vârstă, gen sau alte date demografice,
- clientul poate avea cu adevărat o identitate virtuală, total diferită de cea reală,
- este posibil să se obțină doar codul calculatorului de pe care se "comunică", dar dacă el se găsește într-un *Internet café* asemenea coduri sunt inutile,
- posibilitate minimă de intervenție din partea *help line* și riscul înșelăciunii,
- mai multă deschidere în exprimarea și tematizarea problemelor,

*doar comunicare textuală:*

- nu există cheile de comunicare verbală sau nonverbală întâlnite în consilierea față în față sau prin telefon,
- jargon specific (utilizarea semnelor care exprimă stări emoționale, a majusculelor pentru a prezenta idei și a adapta gramatica limbii la propriile nevoi),
- referințe la teme specifice *Internet*-ului,

*grup specific:*

- cu interese, atitudini și viziuni despre lume specifice,
- cu un limbaj și un mod de viață virtuală proprii,

*riscul înșelăciunii:*

- aceasta înseamnă toate nuanțele dintre contracarare, *hacking*, informații înșelătoare, inutile și supărătoare (de exemplu, conectarea cu folosirea mai multor identități).

Cred că aveți acum destule informații despre mesajul psihologiei pozitive, ca și despre caracteristicile consilierii *on line* a copilului, pentru a înțelege cu ușurință sensul următoarelor exemple.

Tehnicile pe care vi le voi prezenta sunt bazate pe metoda clasică folosită în terapia cognitiv-comportamentală ABC. Nucleul acesteia este prezentarea importanței convingerilor cu care trăiește clientul și pe care le folosește pentru a-și structura lumea psihologică.

BCU "LUCIAN BLAGA" CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

În ciuda faptului că aceste tehnici nu au fost create pentru satisfacerea *on line* a nevoilor clienților, ele pot fi folosite cu ușurință în mediul de discuție virtual. Pentru a-mi ușura misiunea am folosit câteva fragmente arhivate din conversațiile mele *on line* cu clienți. Am adaptat aceste conversații în cea mai mare parte pentru a ilustra mai bine tehnicile menționate.

Prima tehnică, argumentarea, este formată din patru pași posibili ai persuasiunii: dovada, alternativele, consecințele și utilitatea. De obicei, este eficient să se folosească doar o parte dintre acești pași. Disputa cu sine însuși este același proces ca disputa cu altcineva. Clienții sunt obișnuiți să-și privească propriile argumente ca absolut adevărate și valide. Ei sunt capabili să aducă anumite contra-argumente, în cazul în care altcineva îi atacă verbal. Oricum, imediat ce întâlnesc incertitudini în propria lor minte, depresia e pe cale să apară.

Dați-mi voie să explic aplicarea acestei tehnici a argumentării pas cu pas pe baza exemplului concret al unui client *on line*.

**Pasul 1: dovada**

Modul cel mai convingător de a contracara convingerea pesimistă a clientului este să îi arătăm incorectitudinea sau imprecizia afirmațiilor sale în legătură cu faptele.

Gândirea pozitivă și fraze cum ar fi "Cu fiecare zi devin tot mai bun în toate" este la fel de imprecisă ca și convingerea pesimistă despre propria urâțenie sau stupiditate. Acesta este probabil motivul principal pentru care toate broșurile care propovăduiesc gândirea pozitivă și diferite "*mantre*" sunt ineficiente în vindecarea depresiilor, de pildă.

Să nu uităm că propriile noastre convingeri nu sunt ceva în plus sau ceva în minus, ele sunt chiar convingerile noastre. Optimismul învățat, adică miezul psihologiei pozitive, se bazează pe gândirea non-negativă, care este logic și factual corectă și precisă.

**Pasul 2: alternative**

Aproape nimic din ceea ce ni se întâmplă zi de zi nu are doar o cauză. Există aproape totdeauna cauze și factori diverși. Clienții pesimiști au obiceiul de a alege cea mai rea cauză dintre toate - cea mai permanentă, răspândită și personală. Argumentarea în acest caz se va axa pe cauzele specifice, modificabile și nonpersonale ale situației date.

**Pasul 3: consecințele**

Uneori, totuși, convingerile clienților noștri pot fi adevărate și valide. De exemplu, clientul a luat o notă proastă, iar matematica nu este punctul său forte la școală. Dar asta nu înseamnă că se va da bătut! Clientul care este convins că un eșec va conduce la alte probleme, mai numeroase și mai grave - este un catastrofist.

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Pasul 4: eficiența**

Un alt obicei al pesimiștilor este să se lase purtați de idei lipsite de actualitate și irelevante pentru situația dată.

Este interesant că, făcând asta, ei pot într-adevăr să ajungă într-o situație nefericită, ceea ce este schema "profeției care se autorealizează". Un exemplu bun este acela al genistului care se gândește că bomba la care lucrează ar putea să explodeze și să-l ucidă. Aceasta îl face incapabil să se mai concentreze, mâinile încep să-i tremure și totul se poate termina prost.

Cealaltă tehnică, gândirea lentă, este compusă din patru părți. Acestea sunt: a-și încetini gândirea, a lua distanță, a stabili scopurile, a alege calea și a căpăta viziunea de ansamblu. Folosirea practică a acestei tehnici este eficientă în ameliorarea capacitățile sociale și în tratarea mai ușor a relațiile interpersonale de zi cu zi. Astfel de abilități le lipsesc adesea clienților *on line* copii.

Ca și în cazul primei tehnici prezentate, vă voi explica cele patru părți ale tehnicii gândirii lente folosind exemple concrete.

**Partea 1: încetinirea gândirii**

Motivul acestui demers este eliberarea de acțiunile impulsive. Există o mare diferență între așa-zisele "idei la rece" și "idei înfierbântate". Oamenii ajung zilnic în situații în care acționează fără să gândească rațional pentru că sunt siguri că acționează în mod cinstit și drept. Un exemplu tipic pentru asta este Joe, care stă la coadă pentru masa sa de la școală. În spatele său sunt doi colegi care se împing unul pe altul. Ei o împing pe fata din fața lor, ea cade peste un alt băiat, care stătea în fața ei, iar căderea acestuia îl face pe Joe să își răstoarne mâncarea pe pulover. Dacă Joe se lasă purtat de ideile sale înfierbântate, va țipa disperat sau se va lua la bătaie cu ultimul băiat care a căzut peste el. Deci, în ambele cazuri, Joe sau băiatul vor plăti pentru o situație de care nici unul dintre ei nu este responsabil. Cea mai bună soluție este să nu fi nici neajutorat, nici agresiv și să ai o minte și o viziune deschise într-o asemenea situație complexă.

**Partea 2: a lua distanță**

Pentru ca un copil să poată rezolva o problemă apărută între el și o altă persoană, va avea nevoie să înțeleagă ce a simțit și gândit acea persoană în situația respectivă. Într-un cuvânt, are nevoie să înțeleagă motivele acțiunii acelei persoane. Cel mai simplu este să întrebăm, dar există și alte căi nonverbale mai blânde. Altă cale ar fi dramatizarea situației împreună cu un prieten sau părinte. Într-un asemenea rol este chiar posibil să se găsească soluții creative la situațiile de conflict.

**Părțile 3 și 4: stabilirea scopurilor și alegerea căii**

Dacă situația generatoare de conflict a avut deja loc, este necesar să se știe ce soluție urmărește copilul. De exemplu Jane s-a certat rău cu cea mai bună prietenă a sa. Acum este foarte important de știut dacă ea o mai vrea ca prietenă, dacă vrea să-și ceară iertare, să se scuze pentru conflict și să o facă fericită cu un mic dar. E bine dacă Jane pregătește un scenariu alternativ care ar putea avea loc și îl alege pe cel care i se potrivește mai bine.

**Partea 5: viziunea de ansamblu**

Aceasta este ultima parte în buna rezolvare a relațiilor interpersonale. Se întâmplă adesea să ai un plan bun pentru soluționarea unui conflict, dar care, totuși, eșuează. Într-un asemenea moment este important să nu abandonezi speranța, ci să te gândești la planul care a eșuat și să îl recreezi într-un mod adecvat situației respective.

**În loc de încheiere**

Exemplele folosite au fost, cum s-ar spune, școlărești. Nu toate conversațiile pot fi reduse atât de ușor la schema etapelor argumentării, disputei, negocierii sau afirmării categorice. Sensul prezentării mele a fost să arăt că gândirea non-negativă se poate învăța. Dacă clienții își transformă frământările și gândurile mecanice în convingeri optimiste, nimic nu va mai sta în calea spre atingerea scopului psihologiei pozitive: fericirea autentică și o viață cu sens. Cred că trebuie să avem în vedere acest scop și în cursul consilierii *on line* a copiilor.

Vă mulțumesc pentru atenție.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## 6.4. Abilităţi de comunicare

Grażyna MORYS-GIEORGICA
Paulina BOGDAŃSKA
*Polonia*

### 6.4.1. Comunicarea – aspecte generale

Cercetătorii contemporani în comunicare disting aproximativ 200 de definiţii ale comunicării. Fiecare dintre acestea ia în considerare trei elemente: emiţătorul, mesajul şi receptorul. Conform definiţiei propuse de Mrozowski (2001), *comunicarea este o formă de contact stabilit prin intermediul simţurilor sau prin instrumente specializate (mijloace de comunicare) între cel puţin două persoane, dintre care una (emiţătorul) o informează pe cealaltă (receptorul) - cu ajutorul unor semne comprehensibile pentru amândoi - asupra unor conţinuturi noţionale sau emoţionale cu intenţia de a provoca anumite reacţii din partea receptorului.*

Cunoaşterea tehnicilor de comunicare le este utilă în mod special celor care sfătuiesc / consiliază alte persoane. Ei trebuie să aibă competenţe comunicaţionale dezvoltate.

În opinia lui Mrozowski (2001), *competenţa de comunicare este calitatea de a comunica, înţeleasă în sens larg, ce acoperă totalitatea cunoştinţelor, abilităţilor şi competenţelor care formează întregul posibilităţilor de comunicare dintre om şi mediul său - atât din punct de vedere al emiţătorului, cât şi al receptorului - a mesajelor verbale şi nonverbale. Toate elementele ce constituie competenţa comunicaţională formează un întreg.*

Autorul distinge patru factori primari ce condiţionează capacitatea de a comunica a fiecărui individ. Aceştia sunt:

- factorul semantic-sintactic: un repertoriu de coduri, sub-coduri şi limbaje (verbal şi nonverbal), precum şi de convenţii narative şi scheme, pe care un individ le poate folosi în formarea sau citirea mesajelor;
- factorul pragmatic: cunoaşterea normelor sociale şi a modelelor de comportament care regularizează cursul interacţiunilor de comunicare în funcţie



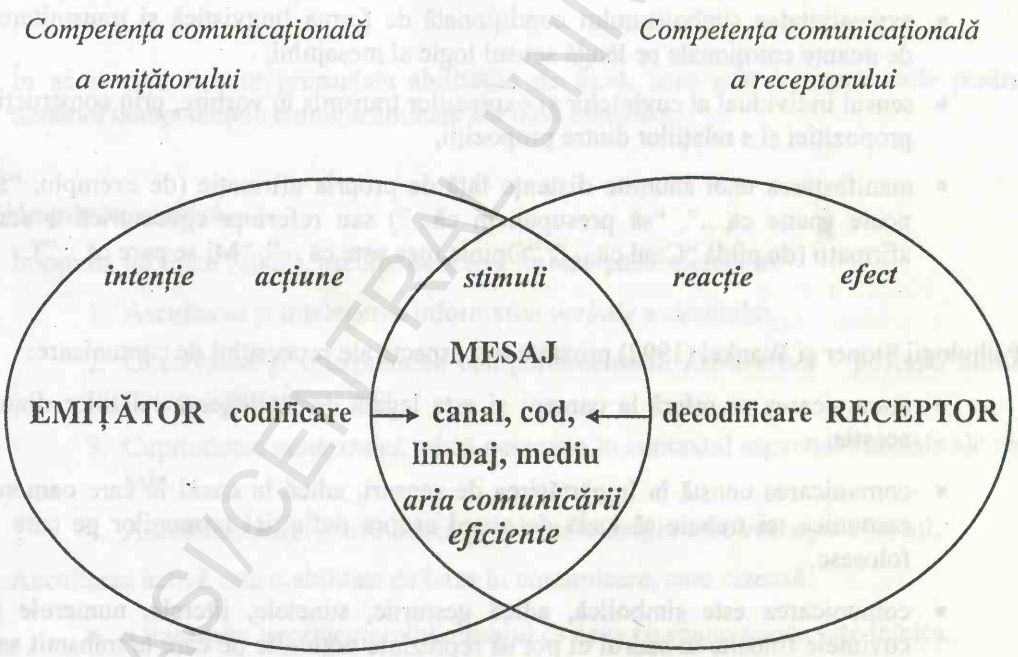
BCU IAŞI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

de caracterul, scopul, numărul de participanți și rolurile (*status*-ul) acestora, ca și de situația de comunicare;

- factorul de competență: gradul de abilitate în folosirea unor mijloace de comunicare specifice ("învățarea codului") și în introducerea de schimbări în cursul interacțiunii ("schimbarea codului") precum și gradul capacității de a procesa diferite tipuri de mesaje;
- factorul de angajare: totalitatea predispozițiilor, tendințelor și obișnuințelor care condiționează tipul de participare (activă, pasivă) și nivelul de participare al unui individ la diferite tipuri și forme de comunicare.

Dezvoltarea competențelor de comunicare ale fiecărui om este influențată, de exemplu, de educație și stilul de viață. Așa cum arată modelul general al comunicării propus de Mrozowski (2001), eficiența actului de comunicare depinde de competența comunicațională atât a emițătorului, cât și a receptorului.

Modelul general de comunicare




Așa cum arată cercetările din diferite țări (Mueller, 1973), persoanele mai puțin educate au o competență de comunicare limitată, pe când persoanele mai educate sunt caracterizate de o competență de comunicare dezvoltată.



BCU IASI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

În cadrul competenței de comunicare dezvoltate, comunicarea poate avea loc simultan la două niveluri: subiectiv (schimbul de informații cu privire la o anumită problemă) și obiectiv (manifestarea atitudinii față de o problemă sau față de interlocutor). Aceasta reduce la minim rolul mijloacelor nonverbale sau le folosește pentru a îmbogăți mesajul cu sensuri suplimentare (de exemplu subtexte, aluzii, ironie).

Competența de comunicare dezvoltată este caracterizată, în primul rând, prin (Mrozowski, 2001):

- resurse diferențiate la nivelul vocabularului, simbolism cu un grad de generalitate ridicat,
- construcții lungi și complicate ale propozițiilor, o topică și sintaxă stricte, utilizarea frecventă a diatezei pasive,
- întărirea sensurilor prin ordinea propozițiilor (în anumite construcții de propoziții complexe),
- folosirea frecventă (în cazul întrebărilor și al ordinelor) a prepozițiilor care indică relațiile logice, precum și legăturile spațiale și temporale,
- utilizarea frecventă a prenumelor impersonale,
- alegerea adjectivelor și adverbelor adecvate situației,
- expresivitatea simbolismului condiționată de forma lingvistică și transmiterea de nuanțe emoționale pe lângă sensul logic al mesajului,
- sensul individual al cuvintelor și expresiilor transmis în vorbire, prin construcția propoziției și a relațiilor dintre propoziții,
- manifestarea unei anumite distanțe față de propria afirmație (de exemplu, "se poate spune că....", "să presupunem că...") sau referința egocentrică a unei afirmații (de pildă "Cred că ...", "Opinia mea este că ...", "Mi se pare că ...").

Psihologii Stoner și Wankel (1992) prezintă trei aspecte ale procesului de comunicare:

- comunicarea se referă la oameni și este legată de înțelegerea relațiilor dintre aceștia,
- comunicarea constă în împărtășirea de sensuri, adică în cazul în care oamenii comunică, ei trebuie să cadă de acord asupra definiției termenilor pe care îi folosesc,
- comunicarea este simbolică, adică gesturile, sunetele, literele, numerele și cuvintele folosite în cadrul ei pot să reprezinte noțiunile pe care le transmit sau să constituie aproximări ale acestora.

Comunicarea este, deci, un proces în care oamenii transmit sensuri prin intermediul mesajelor simbolice. Am avea de-a face cu o comunicare perfectă în cazul în care



BCU "IOAN SLAVICI" UNIVERSITY LIBRARY

rezultatul acesteia ar fi imagini identice în mintea emiţătorului şi a receptorului. Putem vorbi de un rezultat nul al procesului de comunicare atunci când nu există nici o legătură între mesaj şi reacţia receptorului.

În situaţiile reale - atunci când ambele părţi participante la procesul de comunicare au ca scop înţelegerea reciprocă reală, avem de-a face cu un proces complex de schimburi reciproce de mesaje, în care ambele părţi definesc mesajele celeilalte părţi şi îşi adecvează argumentarea la punctul de vedere al celeilalte părţi. Pe lângă conţinutul conştient al mesajelor, emiţătorul şi receptorul îşi transmit unul altuia informaţii suplimentare legate de imaginea lor despre sine, atitudini şi sentimente despre partener şi despre alţi oameni. Mai mult, fiecare actor al procesului de comunicare introduce propriile intenţii şi moduri de codificare a sensului informaţiilor transmise.

Se pot distinge două forme de bază ale comunicării interpersonale: comunicarea verbală şi nonverbală. Psihologii care au cercetat procesul comunicării sociale au estimat componenta verbală a conversaţiei directe la aproximativ 30%, în timp ce 70% din informaţia pe care o transmit oamenii este de tip nonverbal (Meer, Neijenhof, 1993).

### 6.4.2. Abilităţi de bază

În acest capitol sunt prezentate abilităţile de bază, care sunt indispensabile pentru a dobândi competenţele comunicaţionale ale unui consilier.

**Ascultarea activă**

În opinia lui Egan (2002), ascultarea activă îmbină patru elemente:

1. Ascultarea şi înţelegerea informaţiei *verbale* a clientului.
2. Observarea şi interpretarea comportamentului *extraverbal* - postură, mimică, ţinuta, timbrul vocii etc.
3. Cuprinderea *contextului*, adică persoana în contextul aspectelor sociale ale *vieţii* sale.
4. Ascultarea *notei grave*, adică problemele despre care vorbeşte clientul.

Ascultarea activă este o abilitate de bază în comunicare, care vizează:

- a transmite interlocutorului mesajul că ceea ce spune acesta este înţeles,
- a arăta respect pentru cealaltă persoană,
- a arăta că sunt înţelese sentimentele interlocutorului faţă de subiectul discuţiei.



BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Ascultarea activă impune exigențe mari din partea celui care ascultă. În condiții optime, ambele părți ar trebui să practice ascultarea activă pentru că doar atunci este posibil să se înțeleagă argumentele și atitudinea celeilalte părți. Punând întrebări, receptorul îl ajută pe emițător să-și înțeleagă mai bine problemele. Ambii parteneri ar trebui să fie deschiși și toleranți și să fie pregătiți să-și verifice propriile opțiuni și atitudini. Mulțumită unei asemenea dispoziții, ei se pot apropia de o înțelegere comună mai bună a problemei și pot găsi mai ușor o soluție satisfăcătoare pentru ambele părți.

Mulți cercetători ai procesului de comunicare din diferite situații sociale, cum ar fi consilierile, negocierile, prezentările, atrag atenția asupra rolului esențial al ascultării active (a se compara, de exemplu, Głogowski, 2001). Felul în care ascultăm și răspundem altei persoane are o importanță fundamentală în stabilirea unor contacte sociale bune, în cadrul cărora eficiența activității persoanelor angajate depinde de înțelegerea reciprocă, adică în situații în care oamenii învață, negociază, muncesc în echipă etc.

Hammer (1994, citat după Knafel) atrage atenția asupra următoarelor comportamente, trăsături și aptitudini care alcătuiesc imaginea unui ascultător activ:

- Atenția concentrată asupra conținutului afirmațiilor interlocutorului, fără a-l distrage în vreun fel.
- Contact vizual - păstrat între 30 și 60% din durata conversației.
- ușoară înclinare a corpului înspre persoana pe care o ascultăm, dar fără a încălca spațiul privat al acesteia.
- Folosirea unor expresii încurajatoare care să susțină conversația și să dovedească o ascultare conștiincioasă.
- Deschidere față de alte puncte de vedere decât al nostru, în special în situațiile în care opiniile interlocutorilor diferă.
- Reținerea de la exprimarea propriilor opinii, înainte de a înțelege în detaliu conținutul mesajului și intenția emițătorului.
- Empatie, încercarea de a înțelege situația partenerului, de a ne pune în locul acestuia, împărtășindu-i sentimentele, intrând în spiritul emoțiilor resimțite de interlocutor.
- Parafrazarea, repetarea cu cuvintele noastre a sensului afirmației auzite, pentru a fi sigur că am înțeles-o cum trebuie.
- Înțelegerea sensului exprimat prin limbajului corpului - mimică, gesturi, postura corporală.

Ascultarea activă constă în gândirea și transmiterea unei reacții, comparând ceea ce emițătorul a furnizat cu ceea ce a primit. Ascultarea activă poate fi îmbogățită prin alte tehnici de comunicare: reflectarea și parafrazarea. Atunci când încercăm să numim sentimentele interlocutorului, avem de-a face cu tehnica reprezentării.

Exemple:

*Cred că eşti furios.*

*Erai cu siguranţă fericit când ai trecut examenul acela dificil.*

Când repetăm afirmaţia auzită cu cuvintele noastre pentru a ne asigura că am înţeles-o bine, avem de-a face cu o parafrază.

O altă tehnică este clasificarea; îi cerem interlocutorului să se concentreze asupra problemei care este cea mai importantă pentru el, de exemplu:

*Poţi să-mi spui care dintre aceste probleme este cea mai importantă pentru tine?*

În timpul conversaţiei, consilierul trebuie să prindă semnalele transmise de emiţător, ca de exemplu ezitarea, schimbarea tonului vocii, folosirea frecventă a unor cuvinte.

Consilierul trebuie să fie capabil să integreze abilităţile de comunicare de mai sus şi să le aplice în mod flexibil în funcţie de nevoi.

Consilierea prin telefon necesită din partea consilierului o foarte bună stăpânire a abilităţii de ascultare activă, datorită faptului că singurul simţ implicat în acest caz în procesul de consiliere este cel auditiv.

**Echilibrul între ascultare şi vorbire**

Arta de a asculta este o abilitate fundamentală care serveşte construirii şi păstrării relaţiilor cu ceilalţi. Aşa cum pretind McKay, Davis şi Fanning, ascultarea autentică este bazată pe intenţia de implicare într-una din următoarele sarcini:

- înţelegerea celeilalte persoane,
- a te bucura de prezenţa / interesul acesteia în conversaţie,
- faptul de a învăţa ceva,
- faptul de a oferi ajutor.

Pentru ca un proces de comunicare să se deruleze corespunzător, trebuie să se păstreze echilibrul între ascultare şi vorbire. Aplicarea acestei recomandări este importantă, mai ales în consilierea prin telefon. Consilierul care orientează conversaţia trebuie să îi stabilească de la început direcţia şi să îi estimeze durata. Cu ajutorul parafrazelor, consilierul are posibilitatea de a se asigura că amândoi înţeleg problema în acelaşi fel, iar clientul reuşeşte să fie sigur că a fost ascultat cu atenţie.

BCU IAŞI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Exemplu:

*Aş vrea să fiu sigur că am înţeles cum trebuie ceea ce ai spus.*

Interlocutorul trebuie să aibă ocazia să răspundă recapitulării făcute de consilier.

**Adaptarea la situaţia emoţională a clientului**

Majoritatea oamenilor au dificultăţi în a-şi exprima emoţiile, pentru că, în mod obişnuit, în cultura occidentală, acestea sunt asociate cu pierderea controlului asupra situaţiei sau cu "expunerea" propriei persoane. Manifestarea deschisă a sentimentelor este acceptabilă doar în cercul rudelor apropiate şi prietenilor. Sentimentele pot fi exprimate atât verbal, cât şi nonverbal. Mesajul cel mai lipsit de echivoc este acela în care conţinuturile verbale şi nonverbale comunicate se completează reciproc. În cazul în care acestea sunt contradictorii, receptorul are, de obicei, mai multă încredere în mesajele nonverbale.

E de preferat ca mesajele referitoare la emoţii să fie exprimate la persoana întâi. Este important ca opiniile despre comportamentul celeilalte persoane să nu devină judecăţi asupra acelei persoane.

Exemplu:

*După părerea mea ai rezolvat splendid ultimul exerciţiu.*

O persoană care are dificultăţi în exprimarea propriilor opinii despre comportamentul altora nu le dă acestora nici o şansă de a afla ce crede ea despre diferitele situaţii şi astfel ceilalţi nu îşi pot adecva comportamentul la nevoile respectivei persoane. Prin urmare, trebuie să ne obişnuim a ne exprima opiniile despre comportamentul altora, pentru a le da acestora posibilitatea să afle care ne sunt preferinţele.

În contextul consilierii este inevitabilă întâlnirea consilierului cu forme diferite de emoţii, manifestate în numeroase moduri şi, de aceea, acesta trebuie să stăpânească abilitatea de a identifica sentimentele.

Următoarele abilităţi pot ajuta identificarea corectă a sentimentelor:

- reflectarea: când încercăm să numim sentimentele interlocutorului.

Exemple:

*Mi se pare că eşti furios.*

*Erai cu siguranţă fericit când ai trecut examenul acela dificil.*

- observarea comportamentului nonverbal

Trebuie să dăm atenţie concordanţei dintre comportamentul verbal şi cel nonverbal. Dacă observăm o discrepanţă, trebuie să-i atragem atenţia clientului asupra ei. Remarca trebuie să fie adecvată subiectului discuţiei şi stării emoţionale a clientului. În situaţia în care



BCU "SAPIENTIA" UNIVERSITY LIBRARY

deducem existența unor sentimente reprimate la client din semne cum ar fi tristețea în voce, corpul încordat, suspine, trebuie să tindem a le scoate la lumină.

- ascultarea activă

Consilierul, folosindu-şi abilitățile de ascultare activă, trebuie să dea atenție problemelor pe care clientul le discută cu reținere sau care provoacă lungi perioade de tăcere. De obicei, există emoții puternice ascunse în spatele acestora.

- sondarea

Pentru a identifica starea emoțională a clientului e bine să se folosească întrebări deschise.

*Exemple:*

*Ce înseamnă asta pentru tine? Ce crezi despre asta?*

- personalizarea

Încurajarea clientului să vorbească, mai ales, despre sine, opiniile sale, în special când acesta îşi exprimă sentimentele folosind noțiuni generale, ca de exemplu "se spune că ..." în loc de "după părerea mea ...".

Consilierul trebuie să ştie în ce moment să se oprească din urmărirea unor probleme cu încărcătură emoțională şi, ajuns la acest stadiu al conversației, trebuie să fie capabil să recunoască ce simte cealaltă persoană şi din ce motiv simte acest lucru.

Greşelile cele mai întâlnite:

- încurajarea făcută în mod incompetent,
- identificarea prea rapidă cu clientul,
- inserarea de emoții.

În consilierea la distanță, consilierul trebuie să aibă abilitatea de a reacționa la situații cu încărcătură emoțională. Consilierul trebuie să-l asculte cu atenție pe client, să încerce să înțeleagă dinamica situației şi apoi să reacționeze astfel încât clientul să fie sigur că a fost înțeles. În evaluarea situației, consilierul trebuie să dea atenție tuturor semnalelor ce acompaniază afirmația: modulație, pauze, schimbări.

**Armonizarea trăsăturilor clientului cu cele ale consilierului**

Aşa cum rezultă din cercetarea făcută de Mehrabian (citat după Kafel), la primul contact cu un străin cea mai mare importanță este legată de comunicarea nonverbală - 55% (adică gesturi şi alte mişcări ale corpului, postură, haine, distanță), de sunetul vocii - 38% (ton, modulare, alte sunete) şi doar 7% priveşte conținutul a ceea ce spunem.

Consilierul care începe o conversație trebuie să-şi aducă aminte că vocea sa trebuie să fie prietenoasă şi în acelaşi timp să exprime concretețe. Consilierul trebuie, de asemenea, să

se adapteze ritmului vorbirii şi intonaţiei clientului. Dacă în timpul conversaţiei intervin valori şi norme importante pentru client, consilierul trebuie să le respecte. Clientul are dreptul să-şi exprime sentimentele şi să nu fie judecat.

Fisher şi Ury (citat după Egan, 1981) oferă astfel de recomandări consilierilor: "Fii blând cu omul şi dur cu problema". Consilierul trebuie să trateze clientul cu respect, ceea ce în practică înseamnă să intre în lumea clientului, să fie gata să-i înţeleagă punctul de vedere. În cazul în care clientul nu a înţeles un anumit element al conversaţiei, nu trebuie să spunem "m-ai înţeles greşit", ci să oferim explicaţii. Uneori, consilierul merită să îşi asume responsabilitatea şi să spună: "Îmi pare rău, poate nu m-am exprimat clar".

Consilierul trebuie să fie conştient de caracterul selectiv a ceea ce percepe şi să fie dispus să-şi schimbe felul de a vedea lucrurile când realizează că a interpretat în mod greşit informaţia. Interpretarea sensului unui mesaj nu trebuie niciodată să fie considerată sigură până când nu este confirmată de emiţător.

Rogers a realizat cercetări asupra comunicării care presupune contactul direct dintre interlocutori. El a descoperit că 80% din totalul mesajelor transmise între oameni sunt reprezentate de categoriile de interogaţie şi înţelegere a afirmaţiilor. Celelalte 20% sunt afirmaţii circumstanţiale şi lipsite de mare semnificaţie. Observând oameni în diferite situaţii (oameni de afaceri, femei casnice, în situaţii sociale, la întâlniri), el a descoperit că aceste afirmaţii au fost folosite cu următoarea frecvenţă: cel mai frecvent - judecăţile, apoi: interpretările, afirmaţiile de întărire şi de interpretare; cel mai puţin frecvent - cele legate de înţelegere.

El a descoperit, de asemenea, că dacă cineva răspunde în acelaşi fel în 40% din cazuri, ceilalţi consideră că întotdeauna această persoană va răspunde la fel. Acesta este un proces de supra-simplificare care conduce la apariţia stereotipiilor.

Intenţiile care se ascund în spatele răspunsurilor:

- Judecata - o afirmaţie care arată că receptorul a judecat dacă problemele emiţătorului sunt justificate, adecvate, serioase şi adevărate. Receptorul îi dă cumva de înţeles emiţătorului ce poate sau trebuie să facă.
- Interpretarea - o afirmaţie care arată că receptorul vrea să îl înveţe pe emiţător, să îi spună ce înseamnă o anume problemă, ce simte de fapt emiţătorul în anumite situaţii date. Receptorul îi dă de înţeles emiţătorului implicit sau subtil ce poate sau ar trebui să gândească.
- Susţinerea - o afirmaţie care arată că intenţia receptorului este de a calma, a linişti şi a diminua intensitatea sentimentelor emiţătorului. Receptorul dă de înţeles că emiţătorul nu ar trebui să simtă ceea ce simte.
- Sondarea - o afirmaţie arată că receptorul caută mai multe informaţii, vrea să provoace o discuţie conform cu un anume plan, să pună întrebări. Dă de înţeles că emiţătorul poate sau ar trebui să profite de pe urma discutării pe larg a subiectului şi a continuării conversaţiei.



BCU "ALEXANDRU IOAN CUZA" IAŞI LIBRARY

- Înțelegerea - o afirmație arată că receptorul este preocupat doar de a vedea dacă a înțeles corect: ce a spus emițătorul, ce simte în legătură cu problemele sale și cum le percepe. Uneori înseamnă același lucru cu parafrazarea.

**Empatia**

Cuvântul empatie este de origine grecească și înseamnă împărtășirea sentimentelor altuia. Conform lui Głodowski (2001), *empatia este perceperea și comunicarea printr-un răspuns viu, identificarea, experimentarea în sine însuși a reflecției, emoției, atmosferei trăite de altă persoană.* Ne dezvoltăm empatia întreaga viață și ea reprezintă adevărata bază a comunicării mature între oameni.

Ascultarea empatică, de regulă, constă în acea atitudine în care persoana care ascultă încearcă să adopte punctul de vedere al celeilalte părți, să înțeleagă atât substanța afirmațiilor, cât și emoțiile care le însoțesc.

Situații în care trebuie aplicată ascultarea empatică (Kurs Inspiracji, 18-19):

- Atunci când trebuie să stabilim un contact bazat pe încredere și înțelegere.
- Atunci când trebuie să îi ajutăm pe ceilalți să se facă mai bine cunoscuți și să își înțeleagă propriile motivații, emoții, atitudini etc.
- Atunci când vrem să înțelegem mai bine afirmațiile celorlalți.
- Atunci când vrem să ne lărgim cunoașterea cu privire la alte persoane, punctele lor de vedere, sentimentele, motivele (legate, de exemplu, de comportamentul social inacceptabil, criminalitate, droguri etc.).
- Atunci când nu este clar ce tip de comunicare trebuie să adoptăm față de o anumită persoană.

Circumstanțe în care nu trebuie să se folosească ascultarea empatică:

- Atunci când cealaltă persoană așteaptă doar informații factuale.
- Atunci când cealaltă persoană se comportă nepotrivit (folosește cuvinte ofensatoare, este agresiv sau flirtează etc.).
- Atunci când cealaltă parte folosește monologul, schimbă des subiectul sau evită orice aprofundare a subiectului care trebuia să fie tema conversației.
- Atunci când cealaltă persoană nu păstrează legătura cu realitatea (de exemplu, este sub influența substanțelor narcotice, este deprimată, are o personalitate psihotică etc.).



BCU IAȘI - CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Avantajele ascultării empatice:

- Cealaltă persoană stabileşte ritmul, i se permite să ia iniţiativa în cursul discuţiei.
- Cealaltă persoană este complet liberă să fie ea însăşi, să fie calmă şi să se comporte în modul ei caracteristic. Când aceste persoane au încredere în consilier, se vor simţi libere şi vor vorbi deschis despre problemele lor.
- Cealaltă persoană se face cunoscută mai bine. Ascultarea empatică furnizează un fel de oglindă în care clientul îşi poate vedea comportamentul propriu în mod complet, ceea ce contribuie la acceptarea de sine şi luarea de decizii cu privire la schimbări indispensabile.
- Ascultarea empatică creează un climat de încredere şi relaxare şi reduce orice sentiment de pericol.
- Ascultarea empatică poate contribui la crearea sentimentului de a fi acceptat de către client.
- Ascultarea empatică stimulează comunicarea.

**Utilizarea comunicării directive şi non-directive**

Printre multele încercări de a construi modele pentru activitatea consilierilor, două abordări se remarcă: cea umanistă şi cea directivă. Un consilier care adoptă poziţia umanistă, numit, de asemenea, şi *consilier liberal* (Kozielecki), presupune că cel care solicită sfatul este un subiect independent care îşi implementează propriile obiective şi sarcini, iar rolul consilierului constă în a îl ajuta în stabilirea şi atingerea scopurilor. În timpul consilierii, consilierul utilizează comunicarea non-directivă.

În schimb, consilierea directivă presupune lipsa de independenţă a clientului şi supremaţia consilierului asupra clientului. Se consideră subînţeles că *un consilier «ştie ce e bine şi necesar» şi conduce, iar uneori chiar manipulează, persoana care îi cere sfatul, oferind soluţii gata făcute* (Kargulowa). Consilierul care utilizează consilierea directivă aplică următoarele tehnici: persuasiunea, convingerea, judecarea şi instruirea.

Mesajele directive reprezintă adesea bariere în procesul de comunicare.

Exemple (citat după Paszkowska):

Printre barierele comunicaţionale cel mai des întâlnite se regăsesc:

Judecăţi grăbite:

1. Critica:

*Este absurd ce spui.*



BCU "SAPIENTIA" UNIVERSITY LIBRARY

2. Ofensarea:

*Eşti leneş.*

3. Judecarea:

*Nu eşti deloc interesat de problemă.*

4. Lauda, flatarea:

*Eşti foarte inteligent.*

Decizii luate în locul celuilalt:

1. A da ordine:

*Trebuie să faci imediat asta.*

2. A ameninţa:

*Fă asta, că dacă nu...*

3. A moraliza:

*Aceasta este principala ta obligaţie.*

4. A chestiona excesiv:

*De cât timp simţi asta?*

Evitarea problemelor celuilalt:

1. Sfătuirea:

*Cred că ar trebui să faci astfel.*

2. Schimbarea subiectului:

*Hai să mâncăm şi să uităm toate acestea.*

3. Argumentarea logică:

*Faptele demonstrează că ...*

4. Consolarea:

*Nu e chiar aşa de rău.*

BCU IAŞI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

### 6.4.3. Îndrumarea conversației

Eficiența oricărei consilieri depinde, în mare măsură, de nivelul de stăpânire de către consilier, în timpul conversației, a repertoriului de comportamente verbale și nonverbale. Cunoașterea tehnicilor de conversație îi este indispensabilă consilierului în tratarea unor situații problematice foarte diferite și a variatelor caracteristici individuale ale clienților. Cunoașterea diferitelor tehnici de conversație îl ajută, de asemenea, pe consilier să aibă o viziune completă cu privire la eficacitatea propriei sale activități. De asemenea, ajută cunoașterea propriilor trăsături și folosirea lor în procesul consilierii.

Aplicarea "tehnicilor de conversație" trebuie să îl influențeze pe client astfel:

- Trebuie să producă o stare de acceptare și înțelegere a clientului.
- Trebuie să îmbunătățească disponibilitatea acestuia de a vorbi liber.
- Trebuie să îi asigure participarea activă în rezolvarea propriilor probleme.

**Formularea unor întrebări**

În orice discuție de consiliere, întrebările reciproce reprezintă elementul fundamental. Întrebările puse de consilier îi permit acestuia să orienteze discuția. Există multe tipuri de întrebări; două dintre ele sunt cele mai folosite în consiliere: întrebările deschise și întrebările închise.

**Întrebările deschise** sunt puse pentru a îl încuraja pe client să vorbească liber. În discuțiile de consiliere ele sunt folosite, de regulă, la începutul discuției, sau când este introdusă o nouă temă.

*Exemple:*

*Ce te-a făcut să vii să vorbești cu mine?*

*„Care a fost motivul pentru care ai ales această profesie?"*

Întrebările nu trebuie să fie prea directe sau prea generale, ca de exemplu „Cum îți imaginezi viața de acum înainte?"

**Întrebările închise** sunt utilizate atunci când nu se primesc suficiente informații din răspunsuri spontane. Scopul lor este de concretiza afirmațiile. Exemplul care urmează prezintă o situație în care consilierul vrea să afle despre modul de petrecere a timpul liber, ceea ce ar putea fi folosit în planificarea angajării viitoare (Waidner, Sturm, Bajer).



BCU IAȘI CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

*Exemplu:*

Consilier: *Spune-mi, te rog, ce faci în timpul liber?*

Client: *Nimic deosebit.*

Consilier: *Totuşi, poate sunt lucruri pe care vrei să le faci din când în când după ce te întorci de la lucru?*

Client: *Uneori îmi place să meşteresc la maşina mea.*

Consilier: *Spune-mi mai multe te rog, ce ai lucrat de curând la maşina ta?*

Client: *De curând i-am schimbat singur uleiul şi am curăţat carburatorul.*

Consilier: *Faci şi lucruri mai dificile la maşină?*

Client: *Lucrul cel mai greu pe care l-am făcut de unul singur a fost să instalez o nouă cutie de viteză la maşina mea.*

Consilier*: Şi ai făcut asta de unul singur?*

Client*: Da, mai întâi am cumpărat o carte şi am citit cum se face. Şi ce nu am înţeles mi-a explicat colegul meu, care este mecanic auto.*

Consilier: *Şi ai reuşit din prima încercare?*

Client*: Nu chiar din prima. A trebuit să mă gândesc la asta mult şi apoi m-am descurcat destul de bine.*

Întrebările bine formulate permit trecerea de la declaraţii generale la afirmaţii concrete (care au dezvăluit interesele şi talentele tehnice ale clientului şi perseverenţa sa în atingerea scopurilor).

Întrebările deschise şi cele închise au alternat în cursul conversaţiei, cel mai adesea sub forma unor serii de întrebări.

**Exemple de alte tipuri de întrebări:**

**Întrebările de aprofundare sunt puse în situaţia în care clientul ezită să vorbească:**

*Ai menţionat că poţi să îmi spui mai multe despre asta?*

**Întrebări de tipul "de ce?"("din ce cauză?", " pentru ce?")**

Aceste întrebări se referă la motive şi sunt formulate în situaţii în care există posibilitatea să fie date răspunsuri factuale clare. Unul dintre dezavantajele acestor întrebări este de a fi confundate cu un interogatoriu. Clienţii dau răspunsuri evazive şi uneori se ratează ireversibil şansa de a primi un răspuns şi o justificare adevărate.

*Exemplu:*

În locul întrebării *„De ce vrei să lucrezi în compania X?"*, e mai bine să se pună întrebarea *„Ce îţi place la compania X?"*



BCU MAIN CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Întrebările alternative** sunt folosite în cazul oamenilor care nu sunt prea vorbăreți, de la care este greu să obții vreo informație. În acest caz, trebuie să le dai posibilitatea de a alege între mai multe opțiuni.

*Exemplu:*

Dacă nu putem primi nici un răspuns la o întrebare cu privire la modurile de a petrece timpul liber, putem întreba:

*Când ai timp pentru tine, seara sau într-o zi liberă, te uiți la televizor, te plimbi, mergi la cinematecă sau poate joci fotbal, sau poate altceva îți place să faci?*

*Întrebări ce includ sugestii*:

Acestea sunt întrebări care împing spre un anume răspuns, îl presupun sau îl exclud. Aplicarea acestui tip de întrebări este periculoasă, întrucât clientul se simte sub şi presiunea de a confirma / nega.

*Exemplu:*

*Nu te-ai putea decide pentru o prelungirea educației?*

**Rezumarea**

Rezumarea este o tehnică de comunicare foarte utilă, pe care consilierul o poate aplica în diferite etape ale discuției. Uneori rezumarea este folosită la începutul discuției pentru a îl încuraja pe client sau. Dacă aceasta vine în continuarea unei serii de discuții, rezumarea îl poate ajuta pe client să reconstituie ceea ce s-a stabilit până în momentul respectiv. Rezumarea este folosită în cursul discuției cu scopul de a încheia una din etapele acesteia, sau pentru a ajuta clientul să se concentreze asupra subiectului discuției. Folosirea rezumării în partea finală a discuției ajută la evaluarea etapelor precedente ale discuției şi la deschiderea unei noi perspective.

**Reformularea / Parafrazarea**

Parafrazarea constă în repetarea cu cuvintele noastre a declarațiilor cheie făcute de client. Parafrazarea începe cel mai adesea cu cuvintele:

*Dacă înțeleg bine, tu ...?*

*Din ce spui înțeleg că ...*

Cu ajutorul unei parafraze formulate cu competență, receptorul poate reuşi să privească mesajul din punctul de vedere al emițătorului. Mulți consilieri şi psihoterapeuți atrag atenția asupra faptului că a asculta atent ceea ce spune cineva, a înțelege cum vede cineva lucrurile, a percepe caracterul personal al unei anumite întrebări adresate cuiva îl ajută pe



BCU IAŞI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

emițător foarte mult. Parafrazarea afirmațiilor sale contribuie la reducerea anxietății în fața dezvăluirii de sine și reduce atitudinea defensivă în ceea ce are de spus.

Sinceritatea și încrederea în comunicarea declarațiilor personale cresc șansele unei înțelegeri autentice în timpul conversației de consiliere.

**Vocabular adaptat la client și la abilitatea sa perceptivă**

*Consilierul trebuie să acorde atenție formulării cuvintelor, așa încât clientul să le poată înțelege. Ele trebuie să fie simple, clare și ne-echivoce. Consilierul trebuie să evite jargonul științific pe care îl cunosc doar specialiștii, ca și abrevierile de orice fel.*

În primul rând, consilierul ar trebui să își adapteze modul de vorbire la nivelul de înțelegere al interlocutorului.

Trebuie să fim atenți la următoarele trăsături comportamentale ale clienților:

- Oare nu sunt încurcați de întrebările prea lungi?
- Nu au nici un fel de dificultăți în înțelegerea întrebărilor complexe?
- Nu cumva sunt copleșiți de numărul întrebărilor?

Tipul și categoria întrebărilor puse depinde de disponibilitatea clientului de a vorbi. Persoanelor care nu sunt prea vorbărețe trebuie să li se pună mai multe întrebări, deoarece răspunsurile lor sunt, de obicei, scurte și nu conțin informații suplimentare, spontane. În schimb, persoanele vorbărețe, care au tendința de a divaga de la subiectul discuției, trebuie să fie îndrumate, cu blândețe, spre tema discuției prin întrebări bine orientate.

Ca o regulă generală: clientului trebuie să i se permită să vorbească liber în forma care i se pare cea mai convenabilă. Grăbirea cursului discuției prin întrebări puse prea repede are un efect negativ asupra calității și caracterului complet al informației primite. Mai mult, întrebările puse în grabă, una după alta, pot lăsa impresia că respectivul consilier vrea să scape repede de el.

### 6.4.4. Motivarea clientului

În acest capitol sunt prezentate trei tehnici care ajută la motivarea clientului: formularea de provocări, oferirea de *feedback* pozitiv, încurajarea clientului să vorbească deschis.

**Provocarea clientului**

În condițiile în care clientul are în față sarcina de a crea noi perspective de dezvoltare, consilierul îl ajută să accepte provocările și să își schimbe modelele de comportament



B.C.U. „M. EMINESCU" IAȘI

interioare şi exterioare care îl constrâng. Uneori consilierul trebuie să facă faţă necesităţii de a îi arăta clientului că, pentru a îşi atinge scopurile dorite, trebuie să-şi modifice modul de gândire şi/sau de comportament. O schimbare în gândire presupune necesitatea de a lăsa în urmă căile bătute de interpretare schematică a realităţii şi de a căuta noi oportunităţi.

### *Feedback* pozitiv

Un element important al procesului de comunicare este transmiterea *feedback*-ului. Receptorul răspunde printr-o reacţie ce reprezintă expresia sentimentelor, impresiilor şi gândurilor sale în legătură cu informaţia primită. În viaţa de zi cu zi avem de-a face mai mult cu reacţia spontană, adică o manifestare imediată a sentimentelor negative sau pozitive.

Exemple:

*Mă bucur atât de mult că ţi-ai găsit de lucru!*

*Îmi pare rău că a trebuit să aştepţi atât de mult pentru interviu.*

Reacţia este întotdeauna legată de un comportament concret şi este mai eficace atunci când se referă la un comportament recent.

Într-o conversaţie, ea poate avea diferite funcţii:

- Poate fi folosită pentru a exprima acceptarea, sprijinul.
- Printr-o reacţie putem corecta comportamentul clientului despre care avem o opinie negativă.
- Reacţia poate avea funcţia de a susţine conversaţia sau contactul interpersonal.
- Reacţia poate fi exprimată prin cuvinte sau prin mijloace de comunicare nonverbală.
- Reacţia poate fi folosită atât în situaţii formale, cât şi în cele informale.

### Încurajarea clientului să vorbească deschis

Prin folosirea diferitelor abilităţi personale şi tehnici de comunicare consilierul trebuie să creeze circumstanţe care să îl încurajeze pe client să vorbească deschis. Clienţii care apelează la un consilier sunt implicaţi de multe ori în situaţii problematice, pe care nu le pot depăşi singuri. Consilierul, apărând interesele clientului, trebuie să îl încurajeze pe acesta să vorbească deschis.



BCU CLUJ / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

### 6.4.5. Utilizarea vocii

Vocea umană este o funcție foarte complicată. Caracterul special și unic al acestui fenomen a oferit posibilități generoase de interpretare. Istoria vocii omenești este istoria ființei umane. Ființele umane își folosesc vocea pe tot parcursul vieții și vocea omenească este unul dintre cele mai importante elemente ale comunicării sociale.

Vocea umană (vorbirea umană) are câteva componente. Cel mai important element este setul lingvistic de noțiuni, expresii și forme gramaticale. Celălalt aspect al vocii umane este componenta acustică înțeleasă ca un set de simboluri sonore corespunzătoare noțiunilor lingvistice, adică vocea propriu-zisă.

Vocea propriu-zisă este formată din două componente. Prima este articularea, care este principalul mediu al informației; cealaltă este elementul vocal. Articularea este o funcție a organelor de vorbire, în primul rând, camera de rezonanță formată din gât și cavitățile nazale. Vocea unei persoane este rezultatul funcționării laringelui. Ambele funcții își primesc energia din acțiunea mușchilor care, în variate moduri, se opun aerului expirat.

Totuși, cei mai mulți dintre noi nu dăm atenție felului în care sunetul pe care îl emitem este receptat de ceilalți. Și nu este nimic ciudat aici. În mod similar, nu mulți dintre noi știu cum sună vocea proprie la telefon. Când ascultăm o înregistrare a unei convorbiri telefonice la care am participat, suntem adesea surprinși de sunetul vocii noastre.

Totuși, pentru consilierul profesional care oferă servicii în cadrul consilierii prin telefon, vocea este un instrument de lucru și, ca orice alt instrument, poate fi dezvoltată și educată. Obiceiurile proaste în vorbire pot pune capăt oricărei discuții, chiar și celei mai interesante și mai promițătoare.

Acest capitol se concentrează pe abilitățile legate de folosirea vocii. Să începem prin a distinge cele trei componente ale ei: volumul, înălțimea și tonul.

#### Volumul

În medie, nivelul vorbirii, într-o conversație obișnuită, se plasează între 30 și 60 decibeli. La acest nivel al sunetului nu avem nici o dificultate în a auzi și a înțelege mesajul informațional transmis de o anumită voce. Printre perturbările legate de volumul sunetului distingem o voce prea puternică, în comparație cu circumstanțele date, o voce prea slabă în comparație cu circumstanțele date ca și un nivel al vocii care nu corespunde conținutului propoziției vorbite. Cele mai multe dintre aceste situații, cu excepția cazului în care sunt legate de anumite afecțiuni ale auzului, țin de proaste obiceiuri fonice, mai ales în cazul unui volum prea puternic. Oamenii care vorbesc prea tare în comparație cu cerințele mediului își expun vocea la pericolul de suprasolicitării. În schimb o voce prea slabă poate să însemne, în general, oboseală sau rezultatul unei emiteri nepotrivite a sunetului. În acest caz, un efort vocal normal are ca rezultat un efect acustic scăzut.

Astfel, nici una dintre extreme nu este potrivită. A vorbi prea încet determină o situație în care interlocutorul ratează o parte din cele spuse. Pe de altă parte, a vorbi prea tare creează o impresie neplăcută şi îl irită pe interlocutor. Uneori, din cauza calității proaste a legăturii telefonice, trebuie să vorbim mai tare decât în mod normal. Totuşi, nu trebuie să se țipe la telefon. Cel mai bine este să se întrerupă legătura şi să se apeleze încă o dată. Să ne amintim că nivelul potrivit al tăriei vocii este cel pe care îl folosim atunci când vorbim la masă.

Dacă interlocutorul nu înțelege ceea ce îi spunem, nu trebuie să credem că se întâmplă astfel pentru că nu ne aude. Să nu ridicăm vocea în mod automat; mai degrabă să verificăm dacă nu cumva vorbim prea repede, neclar, sau dacă nu cumva motivul este folosirea unei terminologii nepotrivite.

**Înălțimea (joasă / înaltă)**

Înălțimea vocii vorbite depinde de înălțimea primului ei ton, adică de frecvența vibrațiilor undei sonore pe secundă. În limba polonă găsim acest ton observând vocea în momentul încheierii ultimului cuvânt dintr-o propoziție asertivă. Acesta este aşa-zisul sunet primar al unei anumite vorbiri. El depinde de calitatea vocii persoanei respective ca şi de factorii de mediu.

Înălțimea vocii este utilizată ca un mijloc de expresie. Cu o voce înaltă spunem propoziții care exprimă sentimente nobile, bucuria şi satisfacția. Vocea înaltă poate să însemne, de asemenea, nesiguranță şi îndoială, ca şi entuziasm. Gândurile serioase, formulate pe baza convingerilor noastre, sunt spuse cu o voce joasă. În schimb, informațiile care iau forma descrierilor şi enumerărilor sunt pronunțate, de obicei, cu o voce monotonă de aceeaşi înălțime.

Este posibilă stăpânirea unor abilități de a controla înălțimea vocii. Putem vedea acest lucru la cântăreții de operă şi la oratorii publici.

**Tonul**

Tonul sunetului în vorbire serveşte, de asemenea, la exprimarea sentimentelor. De exemplu aceeaşi exclamație "ah!" poate să fie încărcată cu sentimente diferite: bucurie, tristețe sau furie. Una şi aceeaşi propoziție poate să exprime toate tipurile de sentimente, în funcție de intențiile şi stările de spirit ale vorbitorului.

Astfel, în afară de ceea ce spune vorbitorul, cum spune, adică tonul vocii, este enorm de important. Orice cuvinte am folosi, tonul vocii ne dezvăluie gândurile şi sentimentele.

De obicei nu ne gândim la tonul vocii noastre. De regulă, îl adaptăm diferitelor situații. Când vorbim cu prietenii sau familia, vocea noastră capătă un ton mai uşor, mai cald. Când suntem furioşi sau serioşi ea sună mai profund şi mai puternic.

Aceste schimbări sunt naturale. Arta constă în a adecva tonul vocii la interlocutor.

## Articularea

Articularea se referă la conţinutul spus al vorbirii şi constă în separarea elementelor sale individuale, ca şi a grupurilor acestor elemente, respectiv silabe, cuvinte şi propoziţii. Articularea se formează prin modalitatea de pronunţie a:

- diferenţelor intenţionate legate de înălţimea tonului sunetelor individuale,
- diferenţe de sunet cu privire la tonul vocii,
- diferenţe dinamice legate de tăria accentului unui sunet,
- diferenţe cantitative (vocalele sunt, în general, mai lungi decât consoanele).

Articularea se produce ca rezultat al fluxului de aer în organele respiratorii şi vocale, prin schimbări în camera rezonantă a gâtului şi a cavităţilor nazale şi în rezonanţa produsă astfel.

O articulare distinctă a consoanelor se poate obţine prin exerciţiul de a vorbi în şoaptă. Consoanele în şoaptă sunt auzite corect numai atunci când sunt articulate foarte distinct şi energic, cu o tensiune mare a muşchilor. Şoapta trebuie să fie sonoră, uşor de auzit de la o mare distanţă.

## Viteza

Viteza vorbirii este o trăsătură individuală a vorbitorului, dar trebuie adecvată circumstanţelor în care are loc conversaţia şi capacităţilor perceptive ale receptorului - care depind de amploarea cunoştinţelor despre subiect - ca şi de nivelul de dificultate a textului.

O viteză prea mare a vorbirii scade claritatea articulării. Astfel, o articulare precisă înseamnă scăderea vitezei vorbirii, deoarece organele vorbirii au nevoie de un anumit timp pentru a lua o anumită poziţie şi de a trece de la o poziţie la alta. La o viteză prea mare, mişcările de articulare sunt făcute cu mai puţină precizie. Uneori, pronunţarea neclară a unei singure silabe dintr-un cuvânt de mare importanţă pentru propoziţie poate să facă imposibilă înţelegerea conţinutului întregii propoziţii.

Articularea neclară a elementelor finale ale cuvintelor face mai dificilă receptarea textului. În articularea mai lentă se ajunge mai rar la asimilarea şi simplificarea grupurilor de consoane.

Merită să aderăm la principiul conform căruia, la început, trebuie să notăm cu atenţie viteza de vorbire a interlocutorului şi apoi să începem să vorbim puţin mai repede. Majoritatea oamenilor se simt confortabil ascultând un interlocutor vorbind cu o viteză de 110-130 de cuvinte pe minut.

O viteză prea mare a vorbirii poate fi redusă prin vorbirea în ritmul unui metronom. Metronomul este un mecanism de ceas combinat cu un pendul care bate într-un ritm ce poate fi reglat după voie.

BCU IASI / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

## Ritmul

Ritmul vorbirii este repetarea silabelor accentuate în anumite intervale de timp. Succesiunea elementelor accentuate (mai puternice) şi neaccentuate conferă vocii un anumit ritm. Parametrii ritmului sunt intensitatea şi timpul. Cu cât sunt mai asemănătoare structurile elementelor ritmice, cu atât mai regulat este ritmul. Ritmul prozei este mai puţin regulat decât ritmul unui poem.

## Intonaţia

Sursa sunetului vocii umane e reprezentată de corzile vocale. Vibraţia corzilor vocale depinde de lungimea, grosimea şi puterea tensiunii. Lungimea corzilor fiecăruia este aproape aceeaşi, dar intonaţia depinde, mai ales, de grosimea corzilor vocale. Păstrarea unei intonaţii potrivite este rezultatul coordonării dintre muşchii care strâng corzile vocale şi muşchii respiratorii. Înălţimea se poate schimba în funcţie de puterea exhalării. Cu cât aceasta este mai puternică, cu atât sunetul este mai înalt.

În limba polonă distingem intonaţiile care urcă şi care coboară. Intonaţiile care urcă exprimă un gând neîncheiat încă. Culmea liniei urcătoare este numită anticadenţă. În schimb intonaţia care coboară semnalează încheierea unui gând. Cel mai jos punct al liniei descendente se numeşte cadenţă.

Intonaţia este expresia atitudinii vorbitorului faţă de conţinutul spuselor sale. Astfel, cursul intonaţiei depinde de conţinut, care poate fi o afirmaţie, o întrebare, o negaţie, recunoaştere, ironie, mânie, cerere etc. Intonaţia depinde, de asemenea, de ceea ce aşteaptă o persoană care pune o întrebare şi de starea ei emoţională. Una din funcţiile intonaţiei este de a diferenţia conţinutul propoziţiei. Fiecare afirmaţie exprimă un anumit gând şi este în legătură cu o anumită intonaţie. De exemplu, doar intonaţia contează în a decide dacă expresia "mergem" este o afirmaţie, o întrebare sau poate un ordin.

Intonaţia are o mare importanţă pentru oamenii care nu aud bine frecvenţele medii şi înalte. Mulţumită faptului că intonaţia se plasează în zona frecvenţelor joase, aceasta îi ajută să perceapă vorbirea. Intonaţia are în aceste cazuri o funcţie de delimitare, întrucât împarte o succesiune de cuvinte în propoziţii şi fraze şi le semnalează încheierea.

Cu cât intonaţia este mai diferenţiată, cu atât vorbirea este mai bună, mai puţin monotonă şi mai uşor de înţeles.

Intonaţia poate fi întărită învăţând modul corect de a respira: lung, lent şi profund. Majoritatea oamenilor, când se află în stare de *stress*, încep să respire scurt. Când respiraţia devine scurtă şi grăbită, corzile vocale se încordează, fapt pentru care vocea devine mai înaltă şi în ea se poate simţi încordarea. Prin controlul conştient al respiraţiei putem încetini tempoul respiraţiei, relaxând în acest mod corzile vocale. Aceasta va coborî vocea şi va scădea încordarea.



BCU CLUJ / CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

**Modulația**

Modulația este variația tonurilor înalte și joase din voce. Variația de înălțime a vocii estre cea care îi permite interlocutorului să vadă singur cât de interesați sau neinteresați suntem de ceea ce spune el. Când modulația lipsește vocea începe să sune monoton și plictisitor. Aceasta se întâmplă în cazul repetării iterative a aceleiași propoziții.

Prin exerciții este posibilă folosirea modulației astfel încât vocea noastră să sune caldă și prietenoasă. Printre exercițiile de bază se regăsesc următoarele: zâmbetul în timpul unei conversații la telefon, accentuarea cuvintelor și tonului vocii, ca și respirația corectă.

Modulația excesivă este, totuși, la fel de rea ca și lipsa ei, întrucât poate provoca pierderea imediată a încrederii interlocutorului.

**Zâmbetul**

*Unul din modurile de a influența pozitiv modulația vocii este zâmbetul, în special când răspundem la telefon. Cauza acestui fenomen nu ține de natura psihologică, ci de cea fiziologică a omului. Când zâmbim, palatul moale situat în partea posterioară a cavității orale se ridică, ceea ce face sunetele mai fluente.*

Interlocutorul nostru "aude că zâmbim" și ne percepe ca mai dispuși pentru a îl ajuta. Grație zâmbetului facem o impresie mai bună asupra interlocutorului.

*Aceasta înseamnă că un zâmbet ne face vocea mai prietenoasă și mai caldă!*

**Confirmarea nonverbală a interacțiunii**

Psihologii specializați în analiza procesului comunicării pretind că orientăm 93% din atenția noastră spre componentele nonverbale ale comunicării, respectiv asupra felului în care vorbește interlocutorul (38%) și asupra altor manifestări ale limbajului corporal (55%). Asta înseamnă că mesajele nonverbale pot modifica receptarea intenționată a mesajelor verbale - le pot întări, completa, înlocui, confirma, slăbi sau chiar nega.

În ciuda faptului că nu apreciem destul de des importanța comunicării nonverbale, de fapt construim imaginea celeilalte persoane chiar pe aceste baze. Deși consilierul carierei ce furnizează servicii în cadrul consilierii prin telefon este privat de o mare parte din instrumentele de influențare a clientului, ca de pildă limbajul corporal, poate, totuși, să folosească un limbaj la fel de important - limbajul verbal, sau mai degrabă elemente nonverbale ce țin de maniera de a vorbi.

În timpul unei conversații telefonice este esențială folosirea unor cuvinte suplimentare care confirmă că ne ascultăm și ne înțelegem reciproc. Ceea ce într-o convorbire directă se bazează pe contactul vizual, trebuie înlocuit aici prin semnale paralingvistice, cum ar fi: "aha" sau "hmm". Exprimându-ne reacțiile nonverbale, îl încurajăm în același timp pe interlocutor să vorbească mai departe. Paralimbajul, cum sunt interjecțiile lingvistice deja menționate, ne oferă, de asemenea, un moment de gândire și constituie un element care înviorează conversația.

Cu siguranță merită să folosim aceste moduri de confirmare a atenției. Totuși, e de ținut minte că acestea nu trebuie să fie prea monotone, abuzarea de ele putând tulbura transmiterea mesajului.

**Exemple de bună și de rea practică**

În final câteva recomandări utile pentru consilierii carierei care furnizează servicii în cadrul consilierii prin telefon:

1. *Felul în care este ținut receptorul* - majoritatea vorbitorilor țin partea de jos a receptorului sub bărbie și nu așa cum ar trebui, la un centimetru de gură. Ca urmare a acestui comportament, vocea este înăbușită.
2. *Dicția* - o dicție corectă dă naștere presupunerii că interlocutorul este o persoană educată. Poate simplifica sau face mai dificilă înțelegerea unui text. Printre greșelile cele mai frecvente regăsim înghițirea terminațiilor cuvintelor, scurtarea cuvintelor, lipsa spațiilor dintre cuvinte sau chiar dintre propoziții.
3. *Postura* - trebuie să facem vorbirea mai ușoară prin adoptarea unei posturi potrivite, drepte. Dacă ne sprijinim de birou sau stăm aplecați în timpul conversației, vocea va suna mai slabă și mai obosită.
4. *Zâmbetul* - să ne amintim că "zâmbetul se aude la telefon".
5. *Accentul* - să vorbim calm, nu este nevoie de nici o accentuare mai puternică sau de altă pronunțare emfatică a anumitor teme din cauza faptului că discuția are loc la telefon.
6. *Este interzis să se strige* - să ne amintim să nu țipăm niciodată în receptor; ridicarea vocii nu va fi niciodată bine primită de către interlocutor.
7. *Tempoul* - să vorbim puțin mai lent decât în situația față în față.
8. *Orice acrobații sunt interzise* - să ne amintim că nu trebuie să facem în timpul conversației mișcări bruște, să ne aplecăm (căutând documente pe sub birou) etc. Toate acțiunile de acest tip sunt auzite de interlocutor și produc deformări suplimentare ale vocii noastre.
9. *Obstacole* - nici o țigară, gumă de mestecat sau bomboană nu trebuie să îngreuneze efortul limbii noastre. Să nu le punem niciodată în gură în momentul în care vorbim la telefon.
10. În final - *să folosim realizările tehnice* - se pot dovedi folositoare înregistrarea pe casetă a convorbirilor telefonice și analiza lor amănunțită.



BCU IASI - UNIVERSITY LIBRARY

## Bibliografie


Głodowski, W. *Komunikowanie interpersonalne.* [Comunicarea interpersonală]. Warszawa, 2001.

Hogan, K. *Psychologia perswazji.* [Psihologia persuasiunii]. Warszawa, 2001.

Johnson, D. W. *Umiejętności interpersonalne i samorealizacja.* [Abilităţi interpersonale şi autorealizare]. PTP, Studium Pomocy Psychologicznej, Warszawa, (Materiały szkoleniowe).

Kargulowa, A. *Poradnictwo jako wiedza i system działań. Wstęp do poradoznawstwa.* [Consilierea ca o cunoştinţă şi ca sistem de activităţi. Introducere în cunoştinţe de consiliere]. Wrocław, 1986.

Kees van Meer; Jos van Neijenhof. *Elementarne umiejętności społeczne.* [Elementaire sociale vaardigheden]. Warszawa, 1993.

Knafel, K. *Komunikacja społeczna w organizacji.* [Comunicarea socială în organizaţie]. Published from funds of EU Phare Programme (Programme TERM FRSE), Ministry of National Education.

Kostecki, M. *Poradnik telemarketera czyli klient na wyciągnięcie ręki.* [Ghid pentru telemarketer, clientul la îndemână]. TeleMaster, Warszawa, 1996.

Kozielecki, J. *Koncepcje psychologiczne człowieka.* [Conceptele psihologice ale fiinţei umane]. Warszawa, 1977.

Król Fijewska, M. *Trening asertywności.* [Formare asertivă]. Warszawa, 1992.

*Kurs Inspiracji.* [Curs de inspiraţie]. Krajowy Urząd Pracy, Warszawa, 1998.

Łodygowska, E.; Rajewska, K. *Psychologia kontaktu z klientem.* [Psihologia contactului cu clientul]. Krajowa Agencja Wydawnicza, Warszawa, 2001.

Marzecka-Kowalska, M. *Zagadnienia artykulacji fonetycznej w śpiewie.* [Probleme de articulare fonetică în cântat]. In: Z zagadnień pedagogiki wokalnej. [Probleme de fonetică vocală], materiale suplimentare pentru şcoli şi centre artistice, No. 22, Centralny Ośrodek Pedagogiczny Szkolnictwa Artystycznego [Centrul Pedagogic de Educaţie Artistică], Warszawa, 1958.

Morey, D. *Sztuka rozmowy przez telefon.* [Puterea telefonului]. Amber, Warszawa, 2001.

Mrozowski, M. *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes.* [Mass media. Putere, divertisment şi afacere]. Warszawa, 2001.

Mueller, C. *The Politics of Communication.* Oxford University Press, New York, 1973.

Paszkowska, A. *Komunikowanie w praktyce zawodowej.* [Comunicarea în practica profesională]. Łódź, 2002. (Dactilogramă cu drepturi de manuscris).


BCU "ASTRA" CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Stoner, J. A. F.; Wankel, Ch. *Kierowanie.* [Management]. Warszawa, 1992.

Styczek, I. *Logopedia.* PWN, Warszawa, 1983.

Szewczuk, W. *Słownik psychologiczny.* [Dicţionar de psihologie]. Warszawa, 1985.

Schopenhauer, A. *Erystyka, czyli sztuka prowadzenia sporów.* [Eristica, arta conducerii disputelor]. Kraków, 1993.

Waidner, G.; Sturm, J.; Bauer, K. *Metodyka poradnictwa zawodowego.* [Methodik derArbeitsberatung]. KUP, Warszawa, 1996.

Wieczorkiewicz, B. *Sztuka mówienia – poradnik.* [Arta vorbirii - un ghid]. Art Program Publishers, Warszawa, 1998.

Wojtyński, Cz. J. *Nauka śpiewu w zarysie - wybrane zagadnienia.* [Învăţând să cânţi - o schiţă]. Państwowa Wyższa Szkoła Muzyczna [Înalta Şcoală Publică de Muzică), Warszawa, 1960.

Zaleski, T. *Rejestry głosowe w świetle najnowszych badań naukowych.* [Registrele vocale în lumina cercetărilor recente]. In: Z zagadnień pedagogiki wokalnej. [Probleme de fonetică vocală], Materiale suplimentare pentru şcoli şi centre artistice, No. 22, Centralny Ośrodek Pedagogiczny Szkolnictwa Artystycznego [Centrul Pedagogic de Educaţie Artistică], Warszawa, 1958.

Zaleski, T. *Mowa a śpiew.* [Vorbirea şi cântatul]. In: Z zagadnień pedagogiki wokalnej. [Probleme de fonetică vocală]. Materiale suplimentare pentru şcoli şi centre artistice, No. 107, Centralny Ośrodek Pedagogiczny Szkolnictwa Artystycznego [Centrul Pedagogic de Educaţie Artistică], Warszawa, 1968.

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY

Acest manual a fost realizat cu sprijinul
Uniunii Europene prin Programul Leonardo da Vinci

ISBN 973-7714-08-3

BCU IASI/CENTRAL UNIVERSITY LIBRARY